



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



DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)
DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA
EN COMUNICACIÓN SOCIAL

PROBLEMA:

EMPRENDIMIENTOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL DE LOS
GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

AUTORA:

SÁNCHEZ GAVICA ARANZA LILIANA

TUTORA:

MSC. CAMPI MALDONADO ALEJANDRA TERESA

BABAHOYO – ABRIL / 2019



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



COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL
RESULTADO DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE DOCUMENTO PROBATORIO DE EXAMEN COMPLEXIVO, TITULADO: EMPRENDIMIENTOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL DE LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO.

PRESENTADO POR LA SEÑORITA: SÁNCHEZ GAVICA ARANZA LILIANA

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

8,57

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL

Msc. Fariño Sánchez Nurik Denisse
DELEGADA DE LA DECANA

Msc. Canéppa Muñoz Cecilia Isabel
DELEGADA DEL CIDE

Msc. Dahir Solis Cecilia Elizabeth
DOCENTE ESPECIALISTA

Abg. Isela Berruz Mosquera
SECRETARIA DE LA FACULTAD

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo se lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerzas para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres, Brigitta y Eduardo, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años; gracias por inculcar en mí el ejemplo de fuerza y valentía.

A mis hermanas, Ericka, Antonella, Milena y Katherine por estar siempre presente, acompañándome y por brindarme su apoyo incondicional.

Aranza Liliana Sánchez Gavica

AGRADECIMIENTO

Expreso mi gratitud a Dios, por bendecirme en todo momento, guiarme en cada instante, especialmente, en los de debilidad y dificultad.

Agradezco a mis padres y hermanas quienes con mucho esfuerzo me ayudaron a culminar mi carrera universitaria y me dieron el apoyo suficiente para no decaer cuando todo parecía complicado e imposible.

Reconocimiento a mis docentes de la escuela de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi profesión.

Aranza Liliana Sánchez Gavica



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



AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

SÁNCHEZ GAVICA ARANZA LILIANA, portadora de la Cédula de Ciudadanía **120746175-5** estudiante del desarrollo del documento probatorio de la Dimensión Práctica del examen complejo, previo a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social, declaro que soy la autora del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema: **EMPRESARIOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL DE LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO.**

Todos los efectos académicos ilegales que se desprenden del presente trabajo es responsabilidad exclusiva del autor/a.

SÁNCHEZ GAVICA ARANZA LILIANA
C.I. 120746175-5



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL
CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR
DEL DOCUMENTO PROBATORIO DIMENSIÓN
PRACTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA
SUSTENTACIÓN



Babahoyo, 23 de abril del 2019

En mi calidad de tutor del documento probatorio dimensión practica del examen complejo, designado por el Consejo Directivo con oficio N° 33, con fecha Babahoyo, 1 de abril del 2019 mediante resolución N° CD-FAC.CJSE-SO-003-RES-002-2019, certifico que la Srta. SÁNCHEZ GAVICA ARANZA LILIANA, ha desarrollado el documento probatorio de la Dimensión Práctica del examen complejo:

EMPRESARIOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL DE LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACION SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO.

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento probatorio de la Dimensión Práctica del examen complejo y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

MSC. ALEJANDRA CAMPI MALDONADO
DOCENTE DE LA FCJSE

RESUMEN

La presente investigación fue ejecutada en diferentes sectores de la provincia de Los Ríos, a dos licenciados en Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, con el objetivo de conocer casos relacionados con emprendimientos de medios de comunicaciones digitales que se estén desarrollando por graduados en esta profesión. Las técnicas utilizadas en el proceso de este estudio fueron mediante entrevista y observación directa, en donde se procedió a elaborar un formulario de 15 preguntas, mismas que fueron respondidas por los profesionales antes mencionados.

En el trabajo investigativo, se evidenció que poner en funcionamiento un emprendimiento en la web 2.0, acerca de un medio periodístico no es una cuestión complicada, sin embargo, para mantenerlo y transformarlo en una empresa u organización de prestigio, con buena resolución y que genere ingresos económicos implica de muchos factores, como la dedicación, constancia, persistencia y permanencia.

Palabras claves: Emprendimientos digitales, medios de comunicación, empresa.



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



CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS
FUENTES EN EL SISTEMA ANTIPLAGIO

En mi calidad de Tutor del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo de la Srta. **SÁNCHEZ GAVICA ARANZA LILIANA**, cuyo tema es: **EMPRENDIMIENTOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL DE LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de **4%**, resultado que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas para la institución.

Considerando que, el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, quedando aprobado para su publicación.



Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.

MSC. ALEJANDRA CAMPI MALDONADO
DOCENTE DE LA FCJSE

ÍNDICE GENERAL

Introducción	2
Desarrollo	3
Justificación.....	3
Objetivos	4
Objetivo general	4
Sustentos Teóricos	4
Técnicas aplicadas para la recolección de información	8
Resultados obtenidos	11
Conclusiones	14
Bibliografía.....	16
Anexos	18

Introducción

En Ecuador el tema sobre el emprendimiento no es nuevo y mucho menos en el ámbito digital, no obstante, en los últimos años ha pasado a ser muy relevante, especialmente a partir de que diversos agentes lo promueven como proyecto de vida, válido para generar prosperidad, desarrollo y empleo.

El presente estudio se concentra en una perspectiva positiva del problema, distanciándose de los defectos incurridos por los emprendimientos que perecieron en el intento. Por ello, nos centralizamos más en el análisis de los aciertos, que desde la comunicación, en su sentido fundamental de interacción humana, desarrollaron los emprendimientos que superaron los retos que les pudieron haber llevado a cerrar sus puertas. En este sentido, llama la atención el surgimiento de múltiples iniciativas en el sector de las Tecnologías de la Información y Comunicación, liderados en su mayoría por las generaciones de emprendedores menores de cuarenta años.

La investigación de los emprendimientos de los graduados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, se desarrolló en diferentes sectores de la provincia de Los Ríos, vinculado a dos emprendedores y creadores de medios digitales. La metodología que se aplicó fue el estudio de caso que (Yin, 1981) y (Eisenhardt, 1989) recomiendan como una estrategia de investigación para campos nuevos, y cuando la información no es fácilmente observable.

Los resultados de la investigación explican de forma clara las actividades específicas de los emprendedores, y por medio de un modelo se muestran los aspectos que motivan la decisión de crear una empresa en el área digital, los factores que apoyan la creación de la organización, y los impulsores para el crecimiento de esta.

Desarrollo

Justificación

La presente investigación tiene como propósito principal determinar los emprendimientos digitales que llevan a cabo los profesionales de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, y cómo estos desarrollan formas y métodos para la creación de organizaciones en la web 2.0. Es importante desarrollar este estudio debido a la escasa información sobre emprendimientos que se están desarrollando en el lugar antes citado. La motivación para realizar este trabajo de investigación es la de establecer la viabilidad que existe en ser un emprendedor, aparte, del establecimiento de un medio de comunicación digital que brinde a sus clientes información de calidad.

La disrupción tecnológica que trajo consigo la popularización del internet, ha permitido el surgimiento de un sin número de emprendimientos periodísticos digitales que aprovecharon los beneficios que ofrecía la web para cubrir los vacíos que dejaba la prensa tradicional. Sin duda, el bajo costo que representa emprender un medio de comunicación digital, además, de obtener libertad financiera, éxitos y oportunidades, son unos de los beneficios más importantes de la digitalización del periodismo; esta es la razón por la que muchos comunicadores sociales se han permitido emprender su negocio online.

Es necesario promover una cultura emprendedora debido a que permite cambios en la sociedad, replantea modelos de negocios existentes y descubre nuevas oportunidades. Un emprendedor puede “nacer” pero también “se puede hacer”, ya que existen personas que nacen con una capacidad emprendedora, pues desde temprana edad muestran su capacidad de innovar y asumir el riesgo probando cosas nuevas o de manera diferente. Pero si no tiene aptitud de forma innata se puede llegar a formar y fomentar una actitud empresarial entre aquellas personas predispuestas a

ello.

Objetivos

Objetivo general

Analizar casos comparativos de emprendimientos digitales de los profesionales de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo para el fomento de la mentalidad y cultura en la creación de empresas en el año 2019.

Sustentos Teóricos

Con el propósito de elaborar un análisis sobre el estado actual de emprendimientos realizados por los licenciados en Comunicación Social, se iniciará una reflexión desde el estudio de caso en la Universidad Técnica de Babahoyo. Este estudio será de provecho para el campo de Ciencias de la Comunicación, debido a que busca analizar e identificar el perfil del comunicador emprendiendo en la era digital.

“La tecnología de la información y la comunicación proporciona recursos y herramientas que las comunidades y los individuos que viven en ella pueden usar para conseguir sus metas en áreas como desarrollo económico local, desarrollo cultural, activismo cívico, salud física y mental de la comunidad y medio ambiente, entre otras” (Gurstein, 2000).

La evolución de las TIC's ha traído consigo una serie de herramientas y mecanismos de intermediación e interactividad que reconfiguran el espacio mediático y que manteniendo a los

medios tradicionales como el eje central de la mediación social, la difusión de información, la propagación del conocimiento y el impulso democrático, incluyen en el horizonte a las redes sociales y los medios online. Hoy estos forman parte del panorama mediático de una sociedad “en la que la atención aparece más segmentada, personalizada, instantánea, diluida, convergente, transparente, flexible, liviana, conversacional, interconectada y abocada a la colaboración, participación y trivialización”. Esto implica “que las relaciones de los públicos con los medios están cambiando: crece la fragmentación y se diluye la mediación”. (Campos, 2008, pág. 2).

El advenimiento del internet en la palestra pública modificó para siempre la labor del periodismo. Por primera vez en la historia la elaboración y distribución de las noticias dejó de ser monopolio de los medios de comunicación para pertenecer a todos los ciudadanos. Es por este motivo que la disrupción tecnológica representa un punto de inflexión en el modelo de negocio que maneja la industria de la prensa escrita. (Casero, 2010) .

El emprendimiento es un fenómeno que se viene observando en el sector periodístico después del 2008, a escala mundial. Entre los factores que fomentan el emprendimiento están en el contexto social y familiar, el sistema educativo e, incluso, una cuestión genética (Zhang, 2009). En cuanto al sistema educativo, las universidades deben tomar conciencia de las nuevas necesidades y del entorno laboral y profesional en el que se van a mover los futuros profesionales de la información. Las universidades juegan un papel clave en el desarrollo de actitudes de emprendimiento (Henry, 2005).

(Castro, 2016), afirma que todo emprendimiento en comunicación, sea comercial o no, posee una dimensión social. En este sentido, se observa un compromiso del emprendedor con su comunidad, a modo de responsabilidad social. Por ello, hablamos de emprendedores que alientan proyectos de comunicación alternativa.

Otro componente indefectible en el emprendimiento comunicacional, es el factor tecnológico. Ante esto, autores como (Sánchez y Schmidt, 2016) detallan que existen ciertas áreas claves para la emergencia de negocios, estas son: Comunicaciones electrónicas, búsqueda de patentes apoyada por la web, telefonía celular y periodismo, teleconferencias y gamificación.

Es el espacio ideal para la generación e incubación de “ideas originales e innovadoras, que con el tiempo vayan ganando madurez y sean capaces de convertirse en empresas exitosas, pero también es el lugar propicio para desarrollar los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para el emprendimiento” (Rodríguez y Vadillo, 2012). Por ello, deben incluir el emprendimiento, la creación de empresas y el fomento del autoempleo como uno de sus ejes.

En la radiografía de las universidades ecuatorianas, con grados en Comunicación Social o Periodismo, se determina que la enseñanza de la comunicación y el periodismo digital avanzan lentamente, pesa en muchos de los casos la educación tradicional y escasamente práctica, además la planta docente no está al tanto del manejo de nuevas redes, aplicaciones y plataformas multimedia. (Punin, 2012). El autor apunta a que son las universidades las responsables de crear programas de estudio que respondan a las necesidades del mundo laboral.

Frente a programas muy teóricos, muy técnicos o muy generales, procedentes de los modelos culturalista, profesionalista y comunicólogo, las facultades de Comunicación Social deben, en el nuevo marco regulatorio, configurar programas que permitan a sus egresados afrontar garantías de su desembarco en el mundo laboral. (Odriozola, Bernal y Aguirre, 2016)

El mundo de hoy está invadido por dispositivos móviles que acompañan al ser humano en cada una de sus actividades diarias, aparatos tecnológicos a través de los cuales las personas se informan, interpretan la realidad, se relacionan y se comunican. Ello ha traído consigo el

replanteamiento de las formas de comunicación entre unos y otros, al tiempo que impone una nueva escala de valores e introduce “nuevas formas de comunicación, una economía y cultura que prioriza nuevos valores y formas de intercambio directas, segmentadas, personalizadas, colaborativas, comunitarias e interactivas”. (Campos, 2008, pág. 13).

Al integrar esas nuevas tecnologías a los medios tradicionales, se producen modificaciones en la forma en que el mundo es percibido e interpretado por los sujetos, en especial niños y jóvenes, llevando a un cambio progresivo de mentalidad en el que el entorno tecnológico es el centro desde el cual se mira e interpreta la realidad. (Pineda, 2011).

El desarrollo tecnológico y los procesos de globalización en todos los niveles beneficiaron al sector de la comunicación: crecieron los medios de comunicación y las grandes empresas multimedia. (B., 2006), asegura que la red de la comunicación mundial se volvió más espectacularmente densa desde el internet. “esta cultura de la comunicación no aparece como una opción, sino como una necesidad. Y es que en las tecnologías de la comunicación surgen con una necesidad social de anexarse de la que ya nadie puede sustraerse. Hoy en día, al que no tiene casilla de correo electrónico se lo considera un paria de la evolución de los medios” (pág. 9). La comunicación mundial abre una multiplicidad de opciones que no guarda ninguna relación con nuestros recursos temporales. “El hecho de que cualquiera pueda comunicarse con cualquiera, sobrecarga la atención” (pág. 11).

Técnicas aplicadas para la recolección de información

Esta investigación fue iniciada con la búsqueda de material bibliográfico relacionado con las Tecnologías de Información y la Comunicación (TIC) y emprendimiento digital como foco de investigación para lograr establecer parámetros que ofrecieran un entorno laboral sobre el cual se estableció la actual investigación.

Este estudio de caso se realiza para abarcar el tema de emprendimientos digitales de los profesionales de la Comunicación Social en la Universidad Técnica de Babahoyo mediante la investigación de emprendimientos de la Web 2.0 en la provincia de Los Ríos, por lo cual se hace imperativo englobar temas sobre emprendimientos e innovación en la era digital.

Para ello se obtuvo material de la herramienta google académico, mediante un ejercicio investigativo para conocer todas las variables del contexto al cual se requirió condescender, conocer la historia y los estudios más sobresalientes con respecto al emprendimiento digital, como lo establecido por diferentes pensadores a través del tiempo y las conclusiones que se han logrado obtener de las cuales algunas son utilizadas en la actualidad, por parte de las empresas de algunas personas, así como del mismo Estado con el fin de obtener resultados productivos a nivel económico.

Después se procedió con la búsqueda de información acerca de los casos de emprendimientos digitales más relevantes de los graduados de Comunicación Social en la Universidad Técnica de Babahoyo, para una posterior clasificación mediante la matriz de priorización basándonos en lineamientos establecidos bajo la síntesis de la investigación general, creando marcos de referencia que ayuden a seleccionar bajo criterios académicos, los casos de emprendimiento más convenientes, y, posteriormente realizar una investigación con la autorización de dichos

emprendedores analizando los factores y decisiones más influyentes durante su transcurso en el área de emprendimiento.

La información recolectada se analizó con base a un conjunto de características definidas por las preguntas del caso. Es así, que se incluyen en la investigación las muestras de caso de estudio, la cual se ve reflejada en la Tabla N°1, y fue seleccionada teniendo en cuenta las siguientes variables.

- Grado de capacitación
- Productos o servicios que aportan al desarrollo económico y social a la empresa y empresario.
- Plan de crecimiento para la empresa

Por medio de la técnica de recopilación de información mediante entrevistas, la investigación cumplió con el principio sugerido por (Sierra, 1999) “la entrevista es una conversación que establecen un interrogador y un interrogado (...) orientada a la obtención de información sobre un objetivo definido...”.

Tabla N°1. Muestra de emprendedores para la información

Código asignado	Nombre empresa	Nombre empresario	Lugar de la empresa	Actividad Comercial	Año de creación	Cantidad de seguidores
EM1	Informativo La Unión – Medio Digital	Kevin Moisés Mesa Rivera	Parroquia La Unión	Realización de reportajes, entrevistas y publicidades	2015	17.000

EM2	El Portavoz	Max Gregorio	Cantón Urdaneta	Realización de 2016	13.000
-----	-------------	-----------------	--------------------	------------------------	--------

		Parraga Araujo		reportajes, entrevistas y publicidades	
--	--	-------------------	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Resultados obtenidos

Partiendo de la información recolectada, se encontró una serie de variables representativas en el caso y que influían directamente en la creación de la organización. Dichas variables no tienen que ver con la personalidad de los individuos, ni con el sector en el que se creó la empresa. Estas proposiciones específicas fueron ensambladas como se presentan en la Tabla N°2, y se procedió a relacionarlas con los emprendedores, marcando la celda si éste cumplía con esa característica.

Como muestra la Tabla N°2, EM1, cumple muchas de las características, debido a que estuvo al frente de su organización desde el inicio. Este medio de información digital desde el año de su creación ha ocupado uno de los puestos principales en su parroquia La Unión, todo esto debido a la eficiencia y eficacia de la empresa.

Por otra parte EM2, coincide con EM1 respecto a las características, ya que ambos han sido los pioneros de su propio medio. EM2 se ha mantenido constante en su trabajo periodístico, y muestra mucha satisfacción por todo lo que ha obtenido hasta el momento, debido a que su emprendimiento digital ha tenido buena aceptación, no solo en su cantón Urdaneta, sino también en sectores aledaños. Cabe mencionar que ambos, es decir, EM1 y EM2 han generado ingresos monetarios adicionales por medio de publicidades y propagandas.

Otro aspecto en el que se ajustan es en *la libertad laboral*; supieron expresar que hacer el papel de empleado y empleador resulta fascinante, aunque también esta característica tiene sus inconvenientes, puesto que se requiere de fuerza de voluntad para lograr los objetivos planteados como periodistas, que es el de informar, educar y entretener cuando ocurra un hecho o acontecimiento.

Con la tabla totalmente diligenciada, se evidenciaron las proposiciones que eran comunes en el caso.

1. Influencia del entorno y la formación
2. Cubrir las necesidades de seguridad
3. No se adapta al sistema laboral como empleado
4. Tomar la decisión de crear la empresa
5. Aplicación de experiencia y conocimientos previos
6. Habilidad comunicativa para la obtención de recursos
7. Creación de la organización
8. Visión clara del futuro de la organización

Tabla N°2 Proposiciones para el análisis de la información

Factores de Emprendimientos	EM1	EM2
Educación profesional sobre emprendimiento antes de crear la empresa		
Contaba con capital para crear la empresa		
Trabajó como empleado antes de crear la empresa		
Apalancamiento financiero con autoridades de su sector o entidad bancaria		
La familia y/o amigos están vinculados laboralmente en la empresa		
La empresa ha mejorado su infraestructura		
La empresa ha mejorado sus productos, servicios, y procesos iniciales		

El emprendedor continúa trabajando en su empresa con dedicación exclusiva		
La calidad es un factor característico en los productos y servicios		
La empresa ha mantenido un crecimiento continuo		
El emprendedor tiene claro el horizonte de su empresa		
El emprendedor tiene ingresos de otras fuentes al momento de crear la empresa		
El emprendedor tiene un plan de crecimiento para su organización		

Fuente: Elaboración propia

Nota: La celda marcada afirma la relación del empresario con la característica

Adicionalmente, se pudo evidenciar que los emprendedores se encargan no solo de la creación sino de la permanencia y el crecimiento de su empresa en el mercado. Las variables que determinan este hecho. Son:

1. Mantener la empresa en funcionamiento a pesar de la variabilidad e incertidumbre de las diferentes circunstancias financieras, sociales, económicas, políticas, familiares, y de mercado.
2. Cambiar y mejorar continuamente los procesos de la empresa, los productos, la imagen corporativa, las estrategias para su crecimiento y los usuarios atendidos.
3. Ofrecer a sus consumidores información de calidad, es decir, veraz y verificada.

Conclusiones

Las conclusiones del estudio se resumen en los tres principales aspectos que se abordaron en el documento: las líneas y sublíneas de investigación de la carrera de Comunicación Social, la muestra de los emprendedores y los resultados obtenidos.

En cuanto a las líneas y sublíneas de investigación empleadas, que correspondían al caso de estudio, se utilizó como línea de investigación de la carrera la de *Gestión de la comunicación* y como sublínea el *Fortalecimiento de pequeñas y medianas empresas en ramas estratégicas*. Se puede inferir que con la aplicación de las mismas se pudo lograr mejores resultados de lo esperado.

El análisis del emprendimiento digital y sus antecedentes, permitió determinar las actividades que lleva a cabo el emprendedor, así como el proceso en el que interviene cada uno de estos aspectos. Se confirmó que este tipo de estudios cualitativos favorecen la búsqueda de nuevos datos en torno a los campos de investigación que no tienen límites totalmente claros.

El segundo aspecto tiene que ver con las técnicas aplicadas en el estudio de caso. Los resultados muestran que no se encontraron variables que puedan determinar que el profesional en la Comunicación Social realiza actividades caracterizadas por la zona geográfica en donde estableció su medio de comunicación, y mucho menos con la personalidad del mismo; todo esto debido a que su emprendimiento es online y tiene la capacidad de llegar fuera de su sector. Es importante mencionar que las actividades básicas que se desarrollan en este emprendimiento son exactamente las mismas que de un medio tradicional con la diferencia que este primero está en la web.

El tercer punto se relaciona con los resultados obtenidos del análisis de la investigación. Tal como se planteaban los objetivos y el marco teórico, las variables determinadas están centradas específicamente con las actividades que se efectúan para crear una organización/empresa. Los

emprendedores cumplen y coinciden con muchos de los factores de emprendimientos, dado a que ellos fueron los precursores de los medios digitales y que hasta la fecha que se redactó este documento siguen siéndolo.

Bibliografía

- B., N. (2006). *Comunicacion Mundial*. En N. Bolz, *Comunicacion Mundial* (pág. 9). Paderborn, Alemania. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=xwjudCUUmJ8C&oi=fnd&pg=PA2&dq=%E2%80%9Ccesta+cultura+de+la+comunicaci%C3%B3n+no+aparece+como+una+opc%C3%B3n,+sino+como+una+necesidad.+B+NORBERT+2006&ots=G6mAdUV3j7&sig=3Z39Un-UTW66qN1P70_U112dYpA#v=onepage&q&
- Campos. (2008). *Los medios de comunicación tradicionales*. (L. d. Social, Editor) Obtenido de *Revista Latina de Comunicación Social* 63 – 2008: <https://www.redalyc.org/html/819/81912006023/>
- Casero, R. (2010). *Repositorio Digital*. Obtenido de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/127>
- Castro, M. (2016). *Repositorio UTMachala*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/13065/1/ECUACS-2018-COSDE00021.pdf>
- Eisenhardt. (1989). Construyendo teorías a partir de estudios de casos de investigación. *Academy of Management*, 14(4).
- Gurstein. (2000). *Biblioteca Virtual CLACSO*. Obtenido de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Argentina/iigg-uba/20100309103822/dt23.pdf>
- Henry. (2005). *Biblioteca digital - Repositorio academico*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/html/310/31045571022/>
- Odriozola, Bernal y Aguirre. (2016). Influencia de la formación académica en la concepción de la profesión periodística. *CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación*, 359. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/13207/1/REXTNCh133-22-Odriozola.pdf>
- Pineda. (2011). *PortalComunicacion.com*. Obtenido de http://portalcomunicacio.com/uploads/pdf/66_esp.pdf
- Punin. (2012). Los estudios de comunicación social y periodismo en el Ecuador. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación* (118), 28-36. Obtenido de Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, núm. 118, 2012, pp. 28-36: <https://www.redalyc.org/pdf/160/16057417007.pdf>
- Rodriguez y Vadillo. (2012). *Biblioteca digital - Repositorio academica*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/html/310/31045571022/>

- Sánchez y Schmidt. (2016). *Repositorio UTMachala*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/13065/1/ECUACS-2018-COSDE00021.pdf>
- Sierra. (1999). *Amazonaws.com*. Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/43994110/La_entrevista_como_tecnica_de_investigacion_social_Fundamentos_teoricos.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1555606990&Signature=nfHvbrDYqIkTTO3sBvJkwzBNOqA%3D&response-content-dispositi
- Yin, R. (1981). Obtenido de <https://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/YIN%20ROBERT%20.pdf>
- Zhang. (2009). *Biblioteca digital - Repostorio academico* . Obtenido de <https://www.redalyc.org/html/310/31045571022/>

Anexos

Preguntas realizadas en la entrevista.

- ¿En tu etapa de estudiante recibiste información suficiente acerca de emprendimientos digitales?
- ¿Te basaste en emprendimientos digitales creados por la Universidad?
- ¿Qué hacías profesionalmente antes de decidir emprender tu negocio digital?
- ¿Cómo y cuándo surgió la idea que te impulsó a crear tu propia empresa?
- ¿Cómo fue el proceso de creación? ¿Qué has aprendido de ese proceso?
- ¿Cuál es el plan de crecimiento de tu negocio?
- ¿Qué obstáculos, miedos, frustraciones, inconvenientes has tenido que afrontar y cómo los has superado en todo el tiempo que llevas emprendiendo?
- ¿Qué ventajas e inconvenientes encuentras en trabajar para uno mismo, es decir, en ser tu propio jefe?
- ¿Cómo encuentras el equilibrio entre vida personal y profesional?
- ¿Has recibido alguna ayuda por alguna autoridad de tu parroquia u otra entidad?
- ¿Quién conforma tu equipo de trabajo actualmente?
- ¿Cómo profesional de la Comunicación, qué opinas del posicionamiento digital web, blogs, redes sociales, videos...?
- ¿Qué habilidades o competencias crees que debe practicar un emprendedor?
- ¿Cuál crees que es la clave para tener éxito como emprendedor digital?
- ¿Consideras que los medios de comunicación tradicionales han disminuido su alcance con la llegada de la era digital?

Imagen extraída de la plataforma Facebook del medio digital “Informativo La Unión”

The image shows the Facebook profile page for 'Informativo La Unión'. The profile picture is a logo with a blue circle and a green arrow. The cover photo features the organization's name 'Informativo La Unión' and 'COMUNICACIÓN DIGITAL' with social media icons for Facebook, Twitter, and Instagram. The bio states: 'Somos Informativo La Unión - Medio de Comunicación Digital con un equipo humano profesional...'. The follower count is '17 mil seguidores', which is highlighted with a blue box. Below the bio, a navigation menu includes 'Inicio', 'Listas de reproducción', 'Videos', 'Tienda', 'Publicaciones', 'Información', 'Comunidad', 'Fotos', 'Información y anuncios', and 'Twitter'. The main content area shows a video post titled 'DESTACADO [Actualización] TRÁGICO INICIO DE FERIADO EN...' with a thumbnail of a red ambulance. The post text includes: 'hace aproximadamente un mes • 13 mil reproducciones • 8 comentarios' and '[Actualización] TRÁGICO INICIO DE FERIADO EN BABAHOYO Una motocicleta color rojo se impactó este domingo contra un bus de la cooperativa CITAM disco 14, a la...'. The post has '233 veces compartido'. At the bottom right, there is a link to 'Activar W' and 'Ve a Configu'.

Cantidad de seguidores

Imagen extraída de la plataforma Facebook del medio digital “Informativo La Unión”

The image shows a Facebook interface. At the top, the page name 'Informativo La Unión' is visible. The main content is a post from 'Informativo La Unión' with the text: '[PUBLICIDAD] ¡Pilas, La Unión! 😊 #LaEsquina "Bendición de Dios" de Eli Lainez te trae los mejores platos típicos para este jueves. 🍴 Fanesca - Pescado apanado - Ceviche de camarón - Corvina frita - Camarón apanado - Cangrejos 🦞... Ver más'. Below the text is a large image of a bowl of Fanesca, a traditional Peruvian dish, with a price tag of '\$2,50' and the text 'De: Eli Lainez'. Below the main image are three smaller thumbnail images of other dishes, each with a price tag of '\$2,50' and the text 'LA ESQUINA "BENDICIÓN DE DIOS" De: Eli Lainez'. The right side of the page shows a group page for 'INFORMATIVO LA UNIÓN' with 3491 members and a description: 'GRUPO INFORMATIVO Una manera rápida de Información. Like a la página, aquí ↓ https://www.facebook.com/InformativoLaUnion/'.

Publicidades realizadas

Imagen extraída de la plataforma Instagram del medio digital “Informativo La Unión”

The image shows the Instagram profile page for 'informativolaunion'. At the top, there is the Instagram logo and a search bar with the text 'Busca'. Below the search bar are icons for camera, heart, and profile. The profile header includes the username 'informativolaunion', a 'Seguir' button, and a dropdown menu. The profile statistics show '149 publicaciones', '1.135 seguidores' (highlighted with a blue box), and '22 seguidos'. An arrow points from the '1.135 seguidores' box to the text 'Cantidad de seguidores' below. The bio includes the name 'Informativo La Unión', a list of hashtags (#Deportes, #Entretenimiento, #Actualidad, #Comunidad, #Política, #Sucesos Noticias Nacionales e Internacionales), and a link to their Facebook page: 'facebook.com/InformativoLaUnion'. Below the bio are social media icons for Twitter, Facebook, and Instagram, with the text '@informati...', 'Informativ...', and 'Siguenos' respectively. At the bottom, there are tabs for 'PUBLICACIONES' and 'ETIQUETADAS'. Three posts are visible: a car, a landscape, and a man in a suit.

Instagram

Busca

informativolaunion Seguir

149 publicaciones 1.135 seguidores 22 seguidos

Informativo La Unión
#Deportes #Entretenimiento #Actualidad #Comunidad #Política #Sucesos Noticias Nacionales e Internacionales || MÁS DE 17.000 SEGUIDORES EN FACEBOOK
facebook.com/InformativoLaUnion

@informati... Informativ... Siguenos

PUBLICACIONES ETIQUETADAS

Cantidad de seguidores

Imagen extraída de la plataforma Twitter del medio digital “Informativo La Unión”

The image shows the Twitter profile page for 'InformativoLaUnión'. The header features the profile name 'InformativoLaUnión' in large blue font, with 'MEDIO DIGITAL' below it. The profile picture is a circular logo with a blue and green design. Below the profile picture, the name 'InformativoLaUnión' and 'MEDIO DIGITAL' are repeated. The statistics bar shows 157 Tweets, 65 Siguiendo, 12 Seguidores, and 116 Me gusta. A 'Seguir' button is visible on the right. The main content area is divided into three tabs: 'Tweets', 'Tweets y respuestas', and 'Multimedia'. The 'Tweets' tab is active, showing two tweets from the account. The first tweet, posted 22 hours ago, is about a robbery at a hotel in Babahoyo. The second tweet, posted 24 hours ago, is about a robbery in a neighborhood. On the right side, there is a 'A quién seguir' section with three suggested accounts: JESUS ALBERTO, Rubén Maldonado, and *Marlon Goya*. At the bottom, there is a Windows watermark and a 'Encuentra a personas que conoces' section.

InformativoLaUnión
 @informativo_lu
 MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL.
 Equipo humano profesional dedicado a la información para la comunidad. Kevin Mesa - Periodista Contacto: 0990709829
 Ecuador
 facebook.com/InformativoLaU...
 Se unió en julio de 2017
[Tuittear a InformativoLaUnión](#)

Tweets Tweets y respuestas Multimedia

InformativoLaUnión @informativo_lu · 22 h
 #Insolito | MOMENTO EN LA QUE PILLOS SE LLEVABAN MEDIO MILLÓN DE UN HOTEL EN #BABAHOYO
 Entraron como huéspedes y forzaron una caja fuerte sin que nadie lo note
 El hecho ocurrió esta... [instagram.com/p/BwYDuOiBajN/...](https://www.instagram.com/p/BwYDuOiBajN/)

InformativoLaUnión @informativo_lu · 24 h
 #Atención
 En estos momentos se produce un desalojo en una vivienda cerca del polideportivo en la parroquia La Unión. Se desconoce las causas del hecho. [instagram.com/p/BwX28gzhlNr/...](https://www.instagram.com/p/BwX28gzhlNr/)

A quién seguir · Actualizar · Ver todos

JESUS ALBERTO @JESUS_...
 Seguir

Rubén Maldonado @olda...
 Seguir

Marlon Goya @marl...
 Seguir

Activar Windows
 Ve a Configuración para activar Windows.

Encuentra a personas que conoces

Imagen extraída de la plataforma Facebook del medio digital “El Portavoz”

The image shows the Facebook profile page for 'El Portavoz'. At the top, the navigation bar includes the Facebook logo, the page name 'El Portavoz', a search icon, and user options for 'Aranxa', 'Inicio', and 'Crear'. There are also notification icons for 12 messages and 6 notifications. The profile picture is a circular logo with a globe and the text 'EL PORTAVOZ'. The cover photo features a globe with a megaphone and the text 'EL PORTAVOZ' in large red letters. The left sidebar contains navigation links: 'Inicio', 'Publicaciones', 'Videos', 'Fotos', 'Información', 'Comunidad', 'Opiniones', and 'Información y anuncios', along with a 'Crear una página' button. The main content area shows a post from 'El Portavoz' dated 'Ayer a las 7:15' with the text 'La cita esta es el sábado 4 de Mayo. No te lo pierdas.' and a video thumbnail of a man speaking. To the right, there is a rating of 4.4 based on 22 reviews and a section titled 'INFORMACIÓN EL PORTAVOZ' with the text 'El Portavoz, la voz de nuestra gente' and 'El Portavoz, es un medio informativo y confiable que publica información de interés provincial y nac...'. A partially visible 'Activar V' and 'Ve a Config' button is on the far right.

El Portavoz
@ElPortavozcom

Inicio
Publicaciones
Videos
Fotos
Información
Comunidad
Opiniones
Información y anuncios

Crear una página

Te gusta ▾ Siguiendo ▾ Compartir ▾ ...

Contactar Enviar mensaje

Publicaciones

4.4 4,4 de 5 - Basada en la opinión de 22 personas

INFORMACIÓN EL PORTAVOZ

El Portavoz, la voz de nuestra gente

El Portavoz, es un medio informativo y confiable que publica información de interés provincial y nac...

Activar V
Ve a Config

Imagen extraída de la plataforma Facebook del medio digital “El Portavoz”

The image shows a screenshot of the Facebook page for 'El Portavoz'. The page header includes the Facebook logo, the name 'El Portavoz', and a search bar. Below the header, there are navigation tabs: 'Inicio', 'Crear', and a notification bell with '12' and '8' indicators. The main content area features a post from 'El Portavoz' dated '21 de abril a las 21:43'. The post text reads: 'PARA TI MAMÁ ORGANIZA EL PORTAVOZ Te invitamos el sábado 4 de Mayo en la cancha Cubierta de la parroquia Ricaurte a celebrar un día especial por el día de las Madres.' Below the post, there are 7 reactions and 1 comment. A second post is partially visible, starting with '#Publicidad. El Prefecto electo de Los Ríos Johnny Terán asistió a la reunión para Prefectos organizada por el presidente Lenin Moreno en #Quito #carondelet'. The right sidebar contains a 'Comunidad' section with 'Ver todo' and two statistics: 'A 13 991 personas les gusta esta página' and '15 803 personas siguen esto'. Below this is an 'Información' section with 'Ver todo' and contact details: '0989191818', 'Enviar mensaje', 'www.elportavoztv.com', 'Medio de comunicación/noticias', and 'Sugerir cambios'. At the bottom of the sidebar is a 'Transparencia De La Página' section with 'Ver más' and a note about Facebook's transparency information. The page also shows 'Miembros Del Equipo' including 'Cecibel Pionce Andrade' and 'Max Parraga Araujo'.

Publicidades realizadas

Cantidad de seguidores

Imagen extraída de la página web de la SENESCYT

uro | <https://www.senescyt.gob.ec/consulta-titulos-web/faces/vista/consulta/consulta.xhtml>

ápido a una página, arrástrala a esta barra de marcadores. Importar marcadores ahora...

Buscar

reguladas por leyes específicas, y de manera especial al ejercicio de las profesiones que pongan en riesgo de modo directo la vida, salud y seguridad ciudadana conforme el artículo 104 de la Ley Orgánica de Educación Superior. Resolución RPEC-SO-16-No 256-2016

Información Personal

Identificación: 1207556075 [Imprimir Información](#)

Nombres: MESA RIVERA KEVIN MOISES

Género: MASCULINO

Nacionalidad: ECUADOR

Título(s) de tercer nivel técnico-tecnológico y de grado

Título	Institución de Educación Superior	Tipo	Reconocido por	Número de registro	Fecha de registro	Observación
LICENCIADO EN COMUNICACION SOCIAL	UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO	Nacional		1013-2019-2043062	2019-01-24	

GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

GOBIERNO DE TODOS

Titulo avalado por la Senescyt

Imagen extraída de la página web de la SENESCYT

uro | <https://www.senescyt.gob.ec/consulta-titulos-web/faces/vista/consulta/consulta.xhtml>

rápido a una página, arrástrala a esta barra de marcadores. Importar marcadores ahora...

Información Personal

Identificación: 1205966607

Imprimir Información

Nombres: PARRAGA ARAUJO MAX GREGORIO

Género: MASCULINO

Nacionalidad: ECUADOR

Título(s) de tercer nivel técnico-tecnológico y de grado

Título	Institución de Educación Superior	Tipo	Reconocido por	Número de registro	Fecha de registro	Observación
LICENCIADO EN COMUNICACION SOCIAL	UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO	Nacional		1013-12-1166381	2012-10-02	

Títulos de nivel técnico o tecnológico superior

Título	Institución de Educación Superior	Tipo	Reconocido por	Número de registro	Fecha de registro	Observación
PERIODISTA PROFESIONAL	UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO	Nacional		1013-10-1006328	2010-07-22	

Titulo avalado por la Senescyt

Recibiendo directrices por parte de la Msc. Alejandra Campi

