

EL EMPRENDIMIENTO Y SU FORTALECIMIENTO CON LA UTILIZACIÓN DE CONTEXTOS VIRTUALES

ENTREPRENEURSHIP AND ITS STRENGTHENING WITH THE USE OF VIRTUAL CONTEXTS

Na Gyun Yoon García^{1*}

¹ Maestrando en Gestión de Proyectos. Ingeniera Comercial. Instituto de Posgrado. Universidad Técnica de Manabí. Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-0551-6249>. Correo: nyoon8048@utm.edu.ec

Youry Alexander Rezabala Encalada²

² MBA. Ingeniero Comercial. Universidad Técnica de Manabí. Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8765-4709>. Correo: youry.rezabala@utm.edu.ec

* Autor para correspondencia: nyoon8048@utm.edu.ec

Resumen

El emprendimiento es una expresión de trabajo al alcance de todos y el fortalecimiento con la utilización de contextos virtuales, en el mundo contemporáneo es esencial. La problemática se basa en la falta de capacitación en torno a la utilización de dichos contextos, que se refleja en la desmotivación por la baja clientela, lo que conlleva a que desaparezcan los emprendimientos, además de la poca relación del emprendedor con las plataformas tecnológicas actuales. En este orden, el objetivo es: diseñar una capacitación dirigida a los emprendedores de Portoviejo, relacionada con la utilización de los contextos virtuales. Para este logro, se emplean métodos del nivel teórico: análisis – síntesis, inductivo – deductivo e histórico – lógico, para la incursión del objeto de estudio de la investigación, en el nivel empírico se empleó la encuesta para la determinación de los criterios de los emprendedores, en torno a las formas de socialización de sus emprendimientos. Como principales resultados se encuentran que las acciones de marketing digital y autogestión en contextos virtuales aumentaron las utilidades y mejoraron el nivel de vida de los emprendedores y sus familias, por otra parte, la capacitación virtual se ha convertido en una alternativa popular, en contextos desfavorecidos. La encuesta arrojó que las edades oscilan entre los 20 y 40 años, donde predominan las ventas tradicionales, por recomendación verbal. Conclusivamente, se diseñó una capacitación dirigida a los emprendedores de Portoviejo, relacionada con la utilización de los contextos virtuales, que partió de sus necesidades, con enfoque personalizado, contextualizado y sistémico.

Palabras clave: emprendimiento; entornos virtuales; capacitación; sociedad

Abstract

Entrepreneurship is an expression of work within everyone's reach and strengthening it with the use of virtual contexts is essential in the contemporary world. The problem is based on the lack of training around the use of these contexts, which is reflected in the lack of motivation due to the low clientele, which leads to the disappearance of the ventures, in addition to the little relationship of the entrepreneur with the current technological platforms. In this order, the objective is: to design a training aimed at Portoviejo entrepreneurs, related to the use of virtual contexts. For this achievement, methods of the theoretical level are used: analysis - synthesis, inductive - deductive and historical - logical, for the incursion of the object of study of the investigation, at the empirical level the survey was used to determine the criteria of the entrepreneurs, around the forms of socialization of their ventures. The main results are that digital marketing and self-management actions in virtual contexts increased profits and improved the standard of living of entrepreneurs and their families, on the other hand, virtual training has become a popular alternative in disadvantaged contexts. . The survey showed that the ages oscillate between 20 and 40 years, where traditional sales predominate, by verbal recommendation. Conclusively, a training aimed at Portoviejo entrepreneurs was designed, related to the use of virtual contexts, based on their needs, with a personalized, contextualized and systemic approach.

Keywords: entrepreneurship; virtual environments; training; society

Fecha de recibido: 02/05/2023

Fecha de aceptado: 28/08/2023

Fecha de publicado: 04/09/2023

Introducción

En la actualidad, la globalización y el rápido desarrollo tecnológico han impulsado la necesidad de formar líderes emprendedores que puedan enfrentar los desafíos de un mundo cada vez más cambiante y competitivo. En este sentido, la utilización de entornos virtuales se ha convertido en una herramienta valiosa para la formación de estos líderes, pues permite el desarrollo de habilidades que incentivan la motivación y el trabajo en equipo.

En el contexto internacional, se considera el acceso a mercados globales, donde los emprendedores tienen a su alcance las plataformas en línea y el comercio electrónico para el acercamiento a los clientes. Esto ha abierto oportunidades para la exportación de productos y servicios a diferentes países sin la necesidad de la presencialidad física. En otro orden se vislumbra la internacionalización de equipos y talento, a través de la conectividad digital ha permitido que los emprendedores construyan equipos de trabajo con personas de diferentes países, lo que facilita la diversidad de talentos y perspectivas. Además, los profesionales internacionales pueden colaborar en proyectos sin necesidad de trasladarse físicamente (Rodríguez et al., 2019), (Rodríguez et al., 2022), (Castañeda et al., 2022).

También ha sido medular, el acceso a financiamiento global, donde las plataformas de crowdfunding y otras formas de financiamiento en línea han democratizado el acceso a capital para emprendedores de diferentes partes del mundo. Esto ha permitido que proyectos con potencial reciban apoyo financiero de inversionistas

internacionales. También permiten el aprendizaje constante y la posibilidad de adoptar prácticas exitosas de otras regiones.

En el contexto de Ecuador, se están superando barreras geográficas para los emprendedores ecuatorianos, que a través de los contextos virtuales han trascendido a los mercados internacionales. En este orden, el fortalecimiento de la economía local, a partir de la creación de negocios en línea, en función del impacto positivo en la economía local, generando empleo y aumentando el consumo interno.

El emprendimiento fortalecido por los contextos virtuales ofrece oportunidades globales, pero en Ecuador y otras regiones, la desigualdad en acceso a tecnología y conectividad crea brechas digitales. Esto limita a algunos emprendedores, especialmente en áreas rurales, para aprovechar plenamente estas oportunidades y expandirse a mercados internacionales. Además, la falta de conocimiento sobre regulaciones comerciales internacionales puede presentar obstáculos legales y financieros. Para abordar estos problemas, es esencial mejorar la infraestructura digital, brindar capacitación y apoyo en tecnología y regulaciones, y fomentar la colaboración para un ecosistema emprendedor más inclusivo y sostenible.

La problemática se acrecienta la falta de capacitación y conocimiento adecuado sobre la utilización de contextos virtuales de los emprendedores. Esta carencia se traduce en una desmotivación debido a la baja afluencia de clientes, lo que eventualmente puede llevar al fracaso y desaparición de los emprendimientos.

En un mundo cada vez más digitalizado, la capacidad de utilizar plataformas tecnológicas de manera efectiva es esencial para el éxito empresarial. Sin embargo, muchos emprendedores carecen de las habilidades y la comprensión necesarias para aprovechar plenamente las oportunidades que brindan los contextos virtuales.

La falta de capacitación en el uso de herramientas en línea, redes sociales, marketing digital y comercio electrónico puede hacer que los emprendedores se sientan abrumados y frustrados al intentar promover sus productos o servicios en el mundo digital. La ausencia de estrategias efectivas para atraer a su audiencia en línea puede resultar en una baja clientela y, en última instancia, en la pérdida de interés por continuar con el negocio.

Además, la poca relación del emprendedor con las plataformas tecnológicas actuales puede generar una brecha entre su oferta y las preferencias y comportamientos del mercado actual. Esto puede llevar a una falta de competitividad y una incapacidad para adaptarse a las demandas cambiantes de los clientes.

Sobre la base de lo anterior, el objetivo del artículo es: diseñar acciones de capacitación relacionada con la utilización de los contextos virtuales dirigida a los emprendedores de Portoviejo.

Material es y métodos

La investigación es de tipo transversal pues se examinó a la muestra en un momento específico en el periodo de mayo a julio de 2023, donde los datos se recopilan una sola vez, en un único momento de tiempo, obteniéndose una visión instantánea de la situación o características de interés en el grupo de estudio. El artículo que se presenta requiere de la fundamentación metodológica, a partir de la consideración de los constructos que garantizarán el alcance de los objetivos. La lógica de la investigación se basa en el método general de la ciencia: la dialéctica, que permitió la utilización de los métodos de los niveles teórico y empírico desde una posición científica y objetiva, para la incursión en el objeto de estudio.

Para las indagaciones teóricas se utilizaron los siguientes métodos del nivel teórico:

- El histórico-lógico: permitió el estudio de los antecedentes relacionados los emprendimientos y la utilización de contextos virtuales.
- El enfoque sistémico: permitió la determinación de las interrelaciones existentes entre las partes que integran el artículo que se presenta, entre los elementos que componen el sistema de capacitación.
- El análisis-síntesis: permitió el estudio de la bibliografía especializada relacionada con los el emprendimiento y la utilización de contextos virtuales; posteriormente precisar los aspectos fundamentales para el análisis de los resultados arrojados y la propuesta de solución.

Se empleó como método del nivel empírico:

- Encuestas a los emprendedores: sirvió para las indagaciones empíricas a los emprendimientos y la relación con los contextos virtuales.

Se empleó como método matemático - estadístico:

- Cálculo porcentual: facilitó la valoración de los resultados de la aplicación de los instrumentos utilizados en el diagnóstico.

Con relación a la población y muestra:

En la investigación se llevó a cabo un estudio que involucró a un grupo específico de 30 personas que conformaron a la población, lo cuales residen en la Ciudadela Libertad I, una zona dentro del Cantón Portoviejo mejor conocida como el puente del salto o la casa rosada. Es importante destacar que la totalidad de estos 30 emprendedores aceptaron participar en la investigación de manera libre y voluntaria. En este sentido, implica que los emprendedores decidieron unirse al estudio por su propia elección, sin ser forzados ni coaccionados de ninguna manera. De modo que se ha garantizado la integridad ética de la investigación y la validez de los resultados.

Resultados y discusión

En un análisis de 30 emprendedores, se descubre que el grupo más grande está compuesto por personas de entre 26 y 30 años, con un total de 17 emprendedores, seguidos por aquellos mayores de 36 años con 6 emprendedores. Por otro lado, las franjas de edades de 20 a 25 años y de 31 a 35 años tienen un menor número de emprendedores, con 4 y 3 respectivamente. Información que resulta útil en la identificación de tendencias de emprendimiento en diferentes grupos de edad y enfocar esfuerzos para el fomento el emprendimiento en cada rango etario.

La figura 1, ilustra el género de los emprendedores, tal y como se describe a continuación:

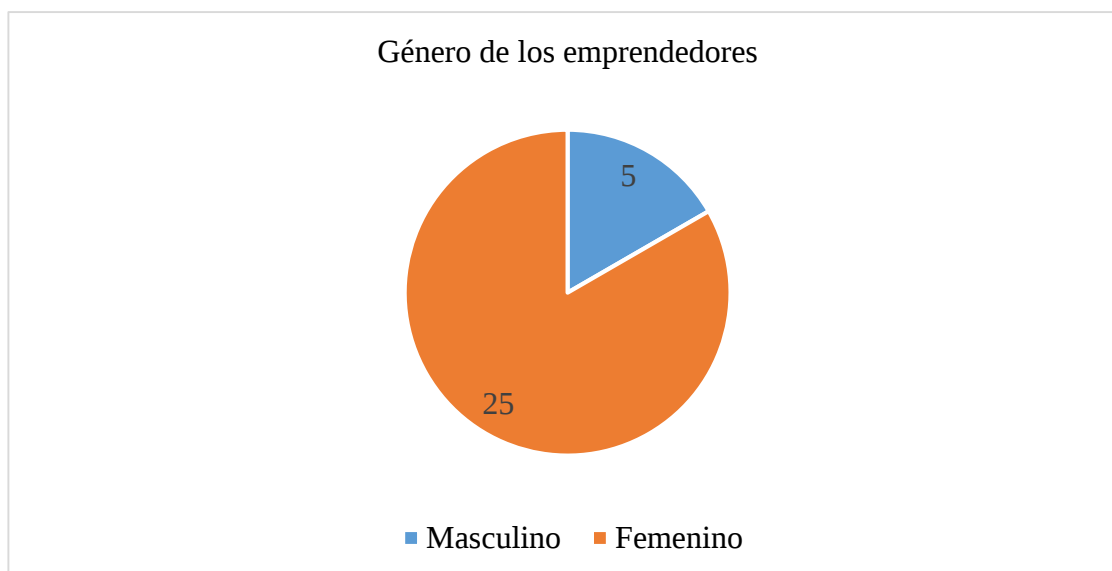


Figura 1. Género de los emprendedores

Es relevante destacar que, de los 30 emprendedores, la gran mayoría son mujeres, representando un total de 25 emprendedoras, mientras que hay 5 hombres emprendedores en este grupo particular. Esta presencia significativa de mujeres en el mundo del emprendimiento, en comparación con el número reducido de hombres, resalta la importancia de comprender y promover la igualdad de oportunidades para todos los emprendedores, independientemente de su género.

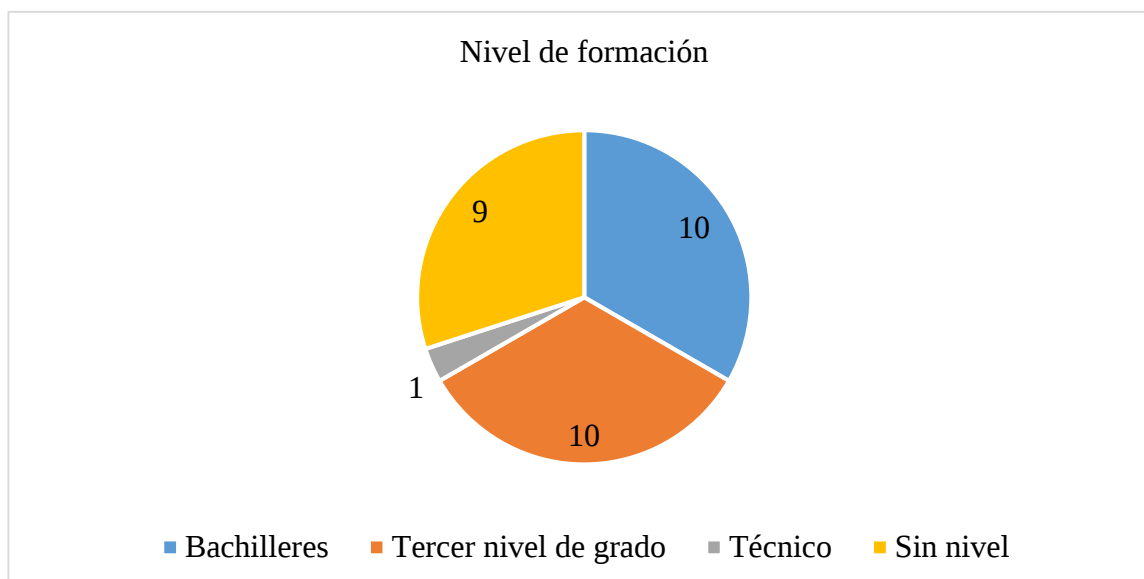


Figura 2. Nivel de formación de los emprendedores

En cuanto a la formación académica, en este grupo de 30 emprendedores, hay 10 con título de bachiller y 10 con título de tercer nivel de grado. Además, hay un emprendedor con formación técnica en este conjunto. Esta diversidad en la formación académica resalta la importancia de diferentes trayectorias educativas en el mundo del emprendimiento. Por otra parte, hay nueve emprendedores que no cuentan con estudios, pero han tenido éxito en sus gestiones. No obstante, la bondad de los emprendimientos permite el acceso inclusivo, lo que no quiere decir que estén exentos de la necesidad de capacitación, de este modo, contribuir a la creación de proyectos innovadores y variados en distintos campos de negocio.

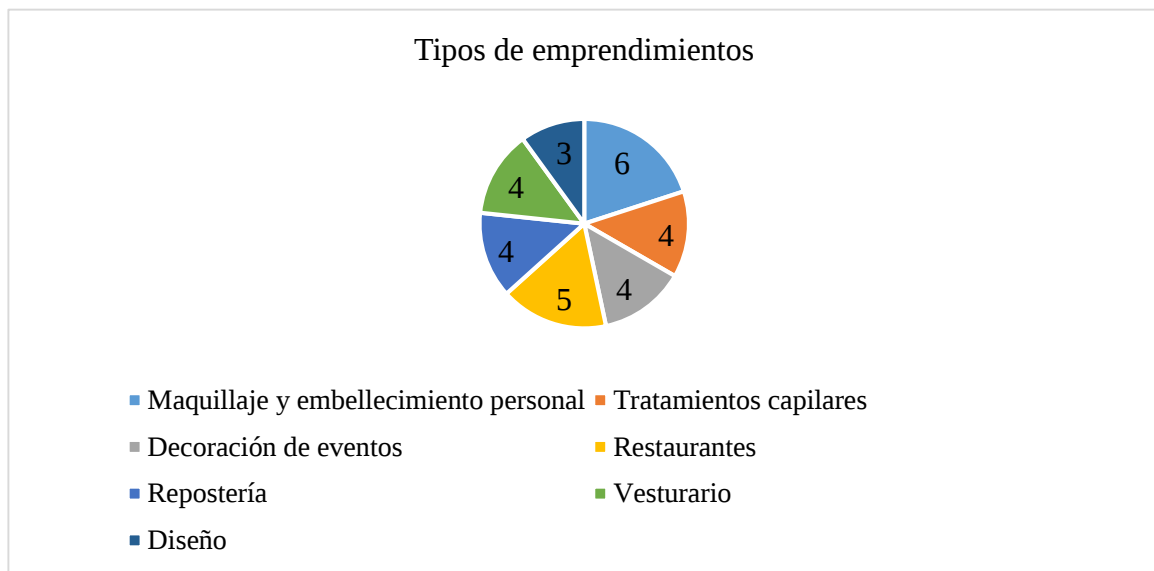


Figura 3. Tipos de emprendimientos

Con relación a los tipos de emprendimientos identificados abarcan una interesante gama de servicios y productos, cada uno con su propio público objetivo y oportunidades de mercado. Entre ellos destacan, el maquillaje, la aplicación de tintes capilares, la decoración de eventos (o detalles personalizados), el embellecimiento personal, los restaurantes, la venta de ropa, la repostería personalizada y los servicios de diseño gráfico. La clave para el éxito en cada uno de estos negocios radica en ofrecer productos de calidad, servicios excepcionales y destacar en un mercado competitivo.

El análisis también revela que el tiempo dedicado al emprendimiento promedia 3.5 años. Esto sugiere que la mayoría de los emprendedores han estado trabajando en sus negocios durante un período significativo de tiempo, lo que puede indicar cierta estabilidad y consolidación en sus operaciones desde antes de la pandemia incluso después del terremoto.

En cuanto a la promoción de sus negocios, 16 de los 30 emprendedores han optado por promocionar sus negocios en línea, mientras que 14 emprendedores han elegido promocionarlos de forma presencial. Esto indica una diversidad de estrategias de marketing y promoción entre los emprendedores, con algunos enfocándose más en la presencia digital y otros en la interacción cara a cara con sus clientes. Sin duda alguna, a los emprendedores que emplean los entornos virtuales, les ha aumentado las ventas y por ende, las ganancias.

La dependencia de la tecnología en el mundo empresarial moderno es evidente, pues todos los emprendedores disponen de tecnologías de la información y las comunicaciones, como computadora, internet y celular. Estas herramientas les brindan la flexibilidad y la capacidad de estar conectados y trabajar desde cualquier lugar, lo que es fundamental para el éxito y la eficiencia de sus emprendimientos en un entorno empresarial cada vez más digitalizado.

Además, todos los emprendedores conocen las redes y plataformas mencionadas, como TikTok, Facebook, WhatsApp, Instagram, Telegram, YouTube, Blog Personal y Página Web. Esto les proporciona una ventaja significativa para promocionar sus emprendimientos, conectar con su audiencia, mejorar sus estrategias de marketing y aumentar su visibilidad en línea (Rodríguez et al., 2018), (Rodríguez et al., 2020), (Pacheco & Rodríguez, 2013).

En cuanto a las áreas de especialización de los emprendedores, predomina el diseño de contenidos, la fotografía y el marketing digital. Algunos emprendedores combinan estas habilidades para ofrecer servicios más completos y estratégicos a sus clientes, mientras que otros se enfocan en áreas más específicas. Cada enfoque tiene su propio valor y puede contribuir al éxito de los emprendedores en sus respectivos campos y mercados (Cornelio et al., 2021), (Mar Cornelio et al., 2020), (Cornelio et al., 2016).

El análisis de 30 emprendedores proporciona información valiosa sobre las tendencias de emprendimiento en diferentes grupos de edad, la presencia de género en el mundo emprendedor, la diversidad educativa, la adopción de tecnologías y las áreas de especialización. Esta información puede ser útil para identificar oportunidades de fomento del emprendimiento en cada rango etario y para entender las dinámicas del mercado en diferentes áreas comerciales. Además, destaca la importancia de promover la igualdad de oportunidades para todos los emprendedores, independientemente de su género, y la relevancia de la tecnología en el mundo empresarial actual.

Cada uno de los distintos tipos de negocios identificados representa oportunidades para la innovación y el crecimiento, y el tiempo dedicado al emprendimiento sugiere que muchos de estos emprendedores están comprometidos con el desarrollo a largo plazo de sus proyectos. En conjunto, este análisis brinda una visión integral del panorama emprendedor en el que se desenvuelven estos 30 emprendedores y puede servir como punto de partida para futuras investigaciones y políticas de fomento del emprendimiento.

El 100% de los encuestados plantearon dentro de sus necesidades de capacitación:

- Diseño de contenidos: requieren capacitación en diseño de contenidos para la creación de material visual y escrito atractivo y efectivo en diferentes plataformas, como redes sociales, blogs y programas informáticos como: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Capcut, Canvas, entre otros.
- Fotografía para contenido visual: con énfasis en habilidades fotográficas para el mejoramiento de la calidad y relevancia de las imágenes que utilizan en su contenido, empleando dispositivos móviles.
- Psicología del Color en el Diseño: demandan la comprensión del uso estratégico de los colores como forma de influencia en la percepción del público y en el impacto emocional de su contenido visual.

Discusión

Según Tunali y Sener (2019), el emprendimiento se define como un proceso en el que participan diversos elementos como la innovación, motivación, aspiraciones, competitividad, entre otros. Este proceso es llevado a cabo por un individuo o un grupo de individuos conocidos como emprendedores. El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es uno de los estudios más relevantes y reconocidos a nivel mundial en temas de

emprendimiento e investigación de los aspectos individuales del emprendedor y su contexto. Por su parte Tejeiro et. Al. (2021), consideró que el emprendimiento implica la creación y desarrollo de nuevas ideas, productos, servicios o negocios, y conlleva un enfoque proactivo y visionario para identificar oportunidades y asumir riesgos en el mercado.

Sobre la base de lo anterior, se infieren elementos esenciales como:

- **Creatividad e Innovación:** consiste en la búsqueda de nuevas formas de abordar problemas y satisfacer necesidades insatisfechas en el mercado.
- **Oportunidad e Identificación de Mercado:** El emprendimiento se basa en la identificación de oportunidades de negocio en el mercado. Los emprendedores analizan las tendencias y las demandas del mercado para encontrar nichos o espacios donde puedan ofrecer valor y diferenciarse de la competencia.
- **Motivación y Perseverancia:** se requiere una fuerte motivación interna y la capacidad de perseverar ante los desafíos y obstáculos que puedan surgir en el camino.
- **Toma de Riesgos Calculados:** se asumen riesgos al iniciar nuevos negocios o proyectos, pero estos riesgos suelen ser calculados y respaldados por un análisis exhaustivo. La toma de riesgos es una parte esencial del emprendimiento.
- **Espíritu Empresarial y Liderazgo:** los emprendedores tienen un fuerte espíritu empresarial, lo que significa que son visionarios y líderes capaces de guiar a su equipo hacia el logro de los objetivos del negocio.
- **Capacidad de Networking:** El emprendimiento está estrechamente vinculado con la creación de redes de contactos. Los emprendedores exitosos saben cómo establecer relaciones sólidas con otros emprendedores, inversores, clientes y otros actores clave en el mercado.
- **Impacto Social y Ambiental:** cada vez más, el emprendimiento se centra en la creación de negocios con un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente (Bravo et. Al, 2021).

Por su parte Querejazu (2020), es del criterio de que el emprendimiento en América Latina ha crecido debido a:

- Desafíos económicos, como el desempleo y la falta de oportunidades laborales formales.
- Acceso a la tecnología y la globalización, que han facilitado la creación de negocios en línea.
- Fomento gubernamental y programas de apoyo al emprendimiento.
- Cambio cultural hacia ver el emprendimiento como una opción viable y deseable.
- Adaptación a la pandemia, que ha impulsado la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio.
- Economía creativa y cultural, aprovechando los talentos y la riqueza cultural de la región.

La autora mencionada alegó, considerando las peculiaridades personales y el rol del individuo es posible señalar que emprendedor, en América Latina, es quien inicia un nuevo negocio, sea innovador o no, para aprovechar una oportunidad identificada y lograr -en comparación con su actividad actual- una ganancia monetaria o una satisfacción personal, como independencia laboral o estatus social.

La Corporación Andina de Fomento (CAF) citado por Grisales (2020), propone un conjunto de características y competencias de todo emprendedor que están asociadas al logro, compromiso y liderazgo. Adicionalmente, se debe contar con la capacidad para transformar ideas en negocios o proyectos viables, puesto que la sola idea de negocios no es suficiente para considerarse emprendedor, se requiere de un conjunto de herramientas

que permita pasar de la idea a la puesta en marcha y sobreponerse en cada una de las etapas donde los resultados pueden ser diferentes a los que inicialmente se proyectaron (Grisales, 2020).

Según Schlepphorst et al. (2020) las características ambientales específicas a las que están expuestos los empleados afectan positivamente el desarrollo de habilidades y la ampliación de sus redes de contacto, esto aumenta su probabilidad de emprender. En este estudio se plantea cómo la experiencia laboral influye indirectamente a la intención de emprender a través de las capacidades empresariales percibidas y en la educación empresarial.

Por otra parte, el emprendimiento requiere una combinación particular de capacidades, entre las cuales se deben hallar tanto un dominio tecnológico como capacidades relacionadas con la creación, la dirección de empresas y la sensibilidad social.

Si lugar a dudas, el emprendimiento se caracteriza por la innovación y adaptación del producto o servicio a las necesidades del mercado, por ende, no se concentra solo en gestionar la organización, sino que debe superarla, con el fin de ser sostenible, lo que se resume en un comportamiento diferente a las personas de su entorno (Castillo, 1999, como se citó en Orihuela-Rios 2022)

El emprendedor tiene como atributos el carácter suficiente para ir contra corriente, la libertad mental que es peculiar y rara por naturaleza, la voluntad para lograr distinción social y el ánimo de probarse superior a otros. Características que se acompañan por motivaciones como la búsqueda de oportunidades para la ganancia y la satisfacción de ser autor de la nueva creación (Borja et. Al, 2020)

Según Delgado Estrada, S. M., Carrasco Reyes, R. I., Chabusa Vargas, J. L., & Mackay Castro, C. R. (2020): “es característico en los emprendedores, rasgos distintivos marcados por la proactividad, actitud positiva, ganas de avanzar y superarse, de manera que sus logros se retribuyan tanto para su ser individual, como para la colectividad o sociedad en donde opera”.

Es importante aclarar que los emprendimientos de subsistencia son aquellos que no disponen de las posibilidades, ya sean estas económicas, sociales y culturales para desarrollarse, siendo el principal motivo el hecho de que fueron creados por necesidad.

Según Cedeño (2020) y Pacheco et. Al (2022), los tipos de emprendimiento son:

- Emprendimiento por necesidad: Busca generar ingresos para subsistir a corto plazo, con bajos niveles de ingresos, utilidad y activos. Carece de planificación a futuro y no se enfoca en mercados nacionales o internacionales.
- Emprendimiento tradicional: Muestra cierto crecimiento competitivo, pero no cumple con altos criterios de ventas, rentabilidad y sostenibilidad. Los productos o servicios no están diferenciados y la mano de obra no está capacitada. Poca utilización de tecnologías y generalmente están formalizados.
- Emprendimiento dinámico: Experimenta un crecimiento rápido, rentable y sostenido, logrando un nivel de ventas significativo después de una década.

El proceso de capacitación se desarrollará de forma virtual, utilizando la herramienta Zoom como plataforma facilitadora. La duración total estimada de esta formación será de 40 horas en total. Esta oportunidad de aprendizaje se ofrece de manera gratuita gracias a la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal del Sur; la instrucción estará a cargo de capacitadores invitados, quienes son expertos en línea con el perfil de la actividad que se va a llevar a cabo. Estos capacitadores participarán de manera voluntaria, y su compromiso se verá recompensado con la obtención del certificado que acredita su rol como facilitadores, lo cual representa un valor agregado para enriquecer su historial curricular.

El sistema de capacitación se detalla en tres acciones:

Acción 1: "Diseño de Contenidos Estratégicos para Emprendedores"

Objetivo: Capacitar a los emprendedores en la creación de contenido visual y escrito estratégico para diferentes plataformas, optimizando su presencia en línea y aumentando su alcance.

Desarrollado por: Ingeniero en marketing

Contenidos:

- Introducción al diseño de contenidos y su importancia en la comunicación efectiva.
- Principios de diseño gráfico y selección adecuada de imágenes para diferentes propósitos.
- Creación de contenido escrito persuasivo y adaptado a la audiencia objetivo.
- Herramientas y recursos para el diseño y la edición de contenido.
- Estrategias para la planificación y programación de publicaciones en redes sociales y sitios web.

Recursos propuestos por los capacitadores:

- Plataforma de aprendizaje en línea con módulos interactivos y ejemplos prácticos.
- Herramientas de diseño gráfico y edición de imágenes para prácticas en el contenido visual.
- Material de referencia sobre técnicas de redacción persuasiva y storytelling.
- Sesiones de retroalimentación y revisión de proyectos de contenido creados por los participantes.

Evaluación:

Evaluación de la creatividad y calidad del contenido visual y escrito desarrollado por los emprendedores.

Acción 2: "Fotografía para el Contenido Visual de Emprendimientos"

Objetivo: Dotar a los emprendedores de habilidades fotográficas para enriquecer su contenido visual y mejorar la percepción de su marca o producto.

Desarrollado por: Ingeniero en diseño gráfico.

Contenidos:

- Fundamentos de la fotografía: composición, iluminación y encuadre.
- Fotografía para productos y retratos de marca.
- Fotografía de eventos y actividades promocionales.
- Edición y postproducción de imágenes.
- Uso estratégico de la fotografía para mejorar la narrativa visual.

Recursos propuestos por los capacitadores:

- Tutoriales y ejercicios prácticos para el manejo de equipos y técnicas fotográficas.
- Software de edición de imágenes para mejorar la calidad y estética de las fotografías.
- Sesiones prácticas de fotografía con retroalimentación personalizada.

Evaluación:

Evaluación de la calidad técnica y creatividad de las fotografías tomadas por los emprendedores.

Acción 3: "Diseño de Contenidos Estratégicos y Psicología del Color"

Objetivo: Capacitar a los emprendedores en el diseño de contenido visual estratégico, considerando el impacto emocional y psicológico de los colores en la percepción del público.

Desarrollado por: Ingeniero en marketing y en diseño gráfico.

Contenidos:

- Introducción a la psicología del color y su influencia en el comportamiento del consumidor.

- Selección de colores adecuados para transmitir emociones y valores de la marca.
- Combinaciones de colores y armonía visual en el diseño de contenidos.
- Diseño de materiales gráficos y escritos con enfoque emocional.
- Análisis de casos de éxito en el uso de la psicología del color en el marketing.

Recursos propuestos por los capacitadores:

- Presentaciones y material teórico sobre la psicología del color y su aplicación en el diseño.
- Ejercicios prácticos para la creación de contenido visual basado en principios de psicología del color.
- Estudios de caso y ejemplos de marcas que han utilizado el color de manera efectiva en su comunicación.

Evaluación:

Evaluación de la aplicación adecuada de la psicología del color en el diseño de contenidos.

Conclusiones

La capacitación empodera a los emprendedores de Portoviejo, mejorando su competitividad y acceso a mercados globales, lo que les permite la optimización de recursos y adaptarse a la nueva realidad empresarial. Al adoptar estrategias digitales efectivas, los emprendedores potencian sus negocios y alcanzan el éxito en un entorno cada vez más digitalizado, lo que les brinda mayores oportunidades de crecimiento y expansión.

Referencias

- Borja, A., Carvajal, H., & Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. Revista ESPACIOS. ISSN, 798, 1015.
- Bravo, Idilia Fernanda Bravo, Bravo, María Ximena Bravo, Preciado, Joffre Danny, & Mendoza, Mariana. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. Revista Economía y Política, (33), 139-155. Epub 15 de de 2021. Recuperado en 05 de agosto de 2023, de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2477-90752021000200139&lng=es&tlng=es.
- Cedeño, S. D. M. R., & Dueñas, A. E. P. (2020). El emprendimiento en América Latina: Un análisis de su etimología, tipología y proceso. ECA Sinergia, 11(2), 47-58.
- Castañeda, J., Pesqueira, L., & Rodríguez, A. (2022). Prácticas Docentes Inclusivas en Educación Superior. Escuelas para la justicia social y la inclusión, 23-43.
- Cornelio, O. M., González, J. G., & Ching, I. S. (2021). Método multicriterio para la evaluación de habilidades en un Sistema de Laboratorios a Distancia. Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas, 14(1), 237-251. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8590400.pdf>
- Cornelio, O. M., Gulín, J. G., Fonseca, B. B., & Ching, I. S. (2016). Experiencia en la evaluación de competencias en un sistema de laboratorios a distancia. Anais do Encontro Virtual de Documentação em Software Livre e Congresso Internacional de Linguagem e Tecnologia Online,
- Delgado Estrada, S. M., Carrasco Reyes, R. I., Chabusa Vargas, J. L., & Mackay Castro, C. R. (2020). Emprendimiento femenino por necesidad en Ecuador. Revista Venezolana de Gerencia, 25(91), 1221-1233.

- Grisales-Ocampo, H.F., Propuesta de un modelo de apoyo al emprendimiento que genera sinergia con la innovación social, <https://doi.org/10.22267/rtend.202101.131>, Tendencias, 21(1), 157-174 (2020)
- Mar Cornelio, O., Bron Fonseca, B., & Gulín González, J. (2020). Sistema de Laboratorios Remoto para el estudio de la Microbiología y Parasitología Médica. Revista Cubana de Informática Médica, 12(2). http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1684-18592020000200005&script=sci_arttext
- Orihuela-Ríos, N.C. (2022). Emprendimiento femenino: características, motivos de éxito, limitantes, involucrados y consecuencias. INNOVA Research Journal, 7(1), 109-122. <https://doi.org/10.33890/innova.v7.n1.2022.1946>
- Pacheco-Ruiz, Carlos, Rojas-Martínez, Claudia, Niebles-Nuñez, William, & Hernández-Palma, Hugo G.. (2022). Caracterización del emprendimiento desde un enfoque universitario. Formación universitaria, 15(1), 135-144. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062022000100135>
- Querejazu Vidovic, Claudia Verónica. (2020). Aproximación teórica a las causas del emprendimiento. Economía: teoría y práctica, (52), 69-97. Epub 17 de junio de 2020. <https://doi.org/10.24275/etypuam/ne/522020/Querejazu>
- Schlepphorst, S., Koetter, E. C., Werner, A., Soost, C., & Moog, P. (2020). International assignments of employees and entrepreneurial intentions: the mediating role of human capital, social capital and career prospects. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research.
- Tejeiro Koller M., Molina López M. M. y García Villalobos J. C. (2021). Emprendimiento digital femenino para el desarrollo social y económico: características y barreras en España. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, 138, e75561. <https://doi.org/10.5209/reve.7556>
- Tunali, C.B., y Sener, S., The determinants of entrepreneurship in Turkey, <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.099>, Procedia Computer Science, 158, 648-652 (2019).
- Pacheco, H., & Rodríguez, A. (2013). Gestión, tipos, gestión investigativa, enfoques. Recuperado de: http://doctxs6.blogspot.com.co/2013/01/gestion-tipos-gestion-investigativa_27.html.
- Rodríguez, A. R., Álava, W. L. S., Jara, L. D. S., & Castro, F. I. G. (2022). Las Categorías Enseñanza, Aprendizaje; Desarrollo, Innovación Educativa y formación. Relaciones entre ellas. Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS, 4(3), 178-183. <https://www.editorialalema.org/index.php/pentacencias/article/download/160/202>
- Rodríguez, A. R., Pisco, R. J. L., Gómez, P. Á. P., & Sánchez, A. O. Q. (2020). Comprensión y manejo de la media aritmética, mediana y moda con datos agrupados en intervalos.(Original). Roca. Revista científico-educacional de la provincia Granma, 16(1), 1470-1483. <https://revistas.udg.co.cu/index.php/roca/article/download/2108/3989>
- Rodríguez, A. R., Solís, M. J. C., Chóez, M. G. C., Quijije, M. E. C., Pilay, Y. H. C., Andrade, G. A. P., & Gálvez, D. L. D. (2018). Apuntes pedagógicos sugerentes para la educación superior (Vol. 30). 3Ciencias. <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2082/1/APUNTES%20PEDAG%C3%93GICOS%20SUGERENTES%20PARA%20LA.pdf>
- Rodríguez, A. R., Zavala, C. V. P., Pionce, M. S. P., Solarzano, S. E. S., Parrales, T. M. M., Mejía, R. M. V., & Ávila, J. W. C. (2019). Relaciones de las categorías pedagógicas en función del aprendizaje óptimo (Vol. 47). 3Ciencias.