



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Unidad de Educación a Distancia
Carrera de Comunicación

**Propuesta de un programa radial dirigido a los emprendedores
principiantes del cantón Huaquillas de la provincia de El Oro**

**Trabajo de Integración Curricular,
previo la obtención del título de
Licenciada en Comunicación.**

AUTORA:

Sammy Shaden Sarango Bazarro

DIRECTOR:

Mgs. José Javier Vire Riascos

Loja - Ecuador

2024



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **VIRE RIASCOS JOSE JAVIER**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado "**Propuesta de un programa radial dirigido a los emprendedores principiantes del cantón Huaquillas de la provincia de El Oro**", perteneciente al estudiante **SAMMY SHADEN SARANGO BAZURTO**, con cédula de identidad N° **0706187895**.

Certifico:

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 4 de Agosto de 2024



Firma del/la docente por:
JOSE JAVIER VIRE
RIASCOS

F)

DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-001935

Autoría

Yo, **Sammy Shaden Sarango Bazurto**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular, en el Repositorio Digital Institucional- Biblioteca Virtual.



Firma:

Autora: Sammy Shaden Sarango Bazurto

Cédula de Identidad: 0706187895

Fecha: 8 de noviembre de 2024

Correo electrónico: sammy.sarango@unl.edu.ec

Carta de autorización por parte de la autora, para la consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo del Trabajo de Integración Curricular.

Yo, **Sammy Shaden Sarango Bazarro**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Propuesta de un programa radial dirigido a los emprendedores principiantes del cantón Huaquillas de la provincia de El Oro**, como requisito para optar por el título de **Licenciada en Comunicación**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, suscribo, en la ciudad de Huaquillas, a los ocho días del mes de noviembre del dos mil veinticuatro.



Firma:

Autora: Sammy Shaden Sarango Bazarro

Cédula de identidad: 0706187895

Fecha: 8 de noviembre del 2024

Dirección: Huaquillas- El Oro- Ecuador

Correo electrónico: sammy.sarango@unl.edu.ec

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director del trabajo de Integración Curricular: Lic. José Javier Vire Riascos.

Dedicatoria

Agradezco a Dios, quien ha sido mi guía y mi fuente de fortaleza en este camino de aprendizaje y persistencia. El ser persistente y determinada me ha permitido mantener la fe y encontrar la energía para no desistir en búsqueda de mi primer título.

A mi mamá, mi mayor inspiración, quien con su ejemplo de perseverancia y valentía me ha mostrado lo que significa ser una mujer guerrera e independiente. Gracias por ser mi motor y mi apoyo incondicional en cada paso de este recorrido, tu enseñanza de vida, es un claro ejemplo de lucha y resiliencia, gracias por compartir conmigo esta vida y esta victoria, gracias por ser mi madre y enseñarme lo que es el esfuerzo y la admiración, este triunfo no solo es para mí, sino también es suyo porque eres es mi hogar, mi familia y mi motivación.

También dedico un pensamiento especial a mi padrino Hugo que en paz descanse, que en vida siempre me motivo y me recordó que, aunque no tenga un padre presente, no lo necesitaba para marcar mi futuro, que yo puedo sola y que debo sentirme orgullosa de mí y lo que pueda lograr.

Me siento profundamente orgullosa de haber alcanzado esta meta, y con la misma determinación espero cumplir muchas más en el futuro, porque como me lo dice mi abuelita Esperanza Puerta, yo soy capaz de cumplir todo lo que me proponga, donde el camino puede ser difícil pero no imposible.

Sammy Shaden Sarango Bazarro

Agradecimiento

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja por su apoyo durante todo mi proceso de formación, extendiendo también mi agradecimiento a la Unidad de Educación a Distancia, así como a la carrera de Educación Inicial, a la dirección, al personal administrativo y sobre todo al personal docente por darme la oportunidad de ser parte de esta comunidad y su apoyo no sólo será utilizado en mi vida profesional sino también personal; cada conocimiento compartido por ellos junto con sus experiencias.

Asimismo, considero oportuno agradecer al Lic. José Javier Vire Riascos director del trabajo de integración curricular, quien a través de sus conocimientos y orientaciones me supo guiar en el desarrollo del presente trabajo.

Finalmente, expreso mis más sinceros agradecimientos a la Unidad de Educación a Distancia y en línea, sobre todo al director de mi carrera comunicación dirigido por el Mgtr. Freddy Gaona, por su cooperación, generosidad y tiempo brindado durante la realización del trabajo de campo del presente Trabajo de Integración Curricular. Gracias a todas las personas que contribuyeron de alguna manera u otra al presente trabajo de investigación.

Sammy Shaden Sarango Bazurto

Índice de contenidos

Portada	i
Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización.....	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de contenidos	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras.....	ix
Índice de anexos.....	x
1. Título	1
2. Resumen.....	2
Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco teórico.....	6
4.1 Emprendimiento	6
4.1.1 Tipos de emprendimientos.....	7
4.1.2 Emprendimiento creativo-cultural	7
4.1.3 Emprendimiento participativo.....	8
4.1.4 Emprendimiento social	9
4.1.5 Emprendimiento empresarial	10
4.2 Momentos del emprendimiento	12
4.3 Emprendedores principiantes.....	13
4.4 Comunicación.....	14
4.4.1 Comunicación radiofónica	15
4.4.2 Productos radiofónicos.....	17
4.5 Productos radiofónicos para emprendedores	18
4.6 La Audiencia.....	19
4.6.1 Estudio de audiencia	20
4.7 Posicionamiento de marca	21
4.8 Emprendimientos de Huaquillas.....	23
5. Metodología	25
5.1 Área de estudio	25

5.2	Procedimiento	26
5.3	Procesamiento y análisis de datos.....	27
6.	Resultados	29
6.1	Interés y características de los posibles públicos.....	29
6.2	Características del programa.....	31
6.3	Contenido del programa	33
7.	Discusión	36
8.	Conclusiones	38
9.	Recomendaciones	39
10.	Bibliografía	40
11.	Anexos	43

Índice de tablas

Tabla 1. Emprendedores de la prefectura de El Oro 2023.....	24
--	----

Índice de figuras

Figura 1. Clasificación de las marcas de destino.....	22
Figura 2. Mapa del cantón Huaquillas	25
Figura 3. Medios de promoción de los emprendedores de Huaquillas	30
Figura 4. Interés de los emprendedores principiantes por participar en un programa radial.31	
Figura 5. Horario sugerido por los emprendedores principiantes para la emisión del programa radial.....	32
Figura 6 Tipo de contenido preferido por los emprendedores principiantes del cantón Huaquillas.....	35

Índice de anexos

Anexo. 1 Autorización para el uso de identidad con fines académicos	43
Anexo. 2 Fotografías	61
Anexo. 3 Certificado de traducción del resumen	62

1. Título

**Propuesta de un programa radial dirigido a los emprendedores principiantes del cantón
Huaquillas de la provincia de El Oro**

2. Resumen

El presente trabajo de investigación propone el desarrollo de un programa radial especializado para emprendedores principiantes del cantón Huaquillas, de la provincia de El Oro, Ecuador.

El objetivo principal es: Implementar este programa radial especializado en emprendimiento para contribuir al posicionamiento de los emprendedores principiantes del cantón Huaquillas durante el año 2024. Donde se apoyará a los nuevos emprendedores que han iniciado sus actividades en el último año. Esta investigación se llevó a cabo con una metodología de enfoque mixto, utilizando el método inductivo para recopilar y analizar datos cualitativos y cuantitativos. En los datos cuantitativos que se obtuvieron, la muestra estuvo compuesta por 22 participantes, los cuales eran emprendedores principiantes. En los cualitativos, se obtuvieron los datos utilizando entrevistas profundas a diez emprendedores desarrollados, 6 expertos en radio y tres expertos en emprendimiento, además se realizó un grupo focal con 6 participantes que fueron emprendedores principiantes. Las categorías para este estudio se enfocaron en el interés del público, la cobertura mediática actual, características del programa, como el contenido. Los resultados mostraron que el 91% de los emprendedores utilizan las redes sociales como medio de difusión de su negocio, así mismo un 45% de emprendedores principiantes nos comentan que, definitivamente si, participarían en un programa radial especializado en emprendimiento. Por su parte, los expertos en radio, en emprendimiento, emprendedores desarrollados coincidieron en lo más importante, igual que lo más destacado, que se debería implementar en un programa especializado en emprendimiento.

Palabras Clave. Programa radial, emprendedores, Huaquillas.

Abstract

This research work proposes the development of a specialized radio program for early entrepreneurs of the Huaquillas canton, in the province of El Oro, Ecuador.

The main objective is: To implement this specialized radio program on entrepreneurship to contribute to the positioning of early entrepreneurs from the Huaquillas canton during the year 2024. Where new entrepreneurs who have started their activities in the last year will be supported. This research was carried out with a mixed approach methodology, applying the inductive method to collect and analyze qualitative and quantitative data. In the quantitative data that was obtained, the sample was made up of 22 participants, who were early entrepreneurs. In the qualitative data, information was obtained using in-depth interviews with ten developed entrepreneurs, 6 radio experts and three entrepreneurship experts, moreover, a focus group was conducted with 6 participants who were early entrepreneurs. The categories for this study focused on public interest, current media coverage, program characteristics, such as content. The results showed that 91% of entrepreneurs use social networks as a means of promoting their business, and 45% of beginning entrepreneurs told us that they would definitely participate in a radio program specializing in entrepreneurship. On the other hand, radio experts, entrepreneurs, and developed entrepreneurs agreed on the most important things, as well as the most outstanding things, that should be implemented in a program specializing in entrepreneurship.

Keywords: Radio program, entrepreneurs, Huaquillas.

3. Introducción

El presente estudio está dirigido a los emprendedores principiantes del cantón Huaquillas, dada la carencia de programas radiales que les permitan posicionarse y alcanzar la sostenibilidad en el tiempo. De esta manera, surge la necesidad de implementar un programa radial dirigido a los emprendedores del cantón, que permita dar a conocer los emprendimientos de este sector y fortalecer sus habilidades comunicacionales.

Existe una amplia variedad de programas radiales con diferentes segmentos sobre emprendimiento, que tienen un alto índice de aceptación del público, sin embargo, es necesario contar con programas especializados hacia el sector emprendedor, la falta de programas radiales dedicados a los emprendedores principiantes limita su acceso a información valiosa, conexiones y experiencias compartidas.

Es importante, porque pretende ser una herramienta para los emprendedores principiantes, de esta manera, mejoraría productividad y aumentaría la rentabilidad de sus negocios. También brindará soluciones con las capacitaciones que darán los emprendedores más desarrollados, esto impulsará a las personas que cuenten con los recursos e ideas, para que desarrollen sus emprendimientos con conocimientos del mercado.

La iniciativa de crear un programa radial surge a partir del reconocimiento de las dificultades que enfrentan los emprendedores principiantes en Huaquillas. La falta de acceso a información relevante, herramientas prácticas y experiencias compartidas limita su capacidad para crecer y consolidarse en el mercado local. Un programa radial especializado para ellos, se presenta como una herramienta efectiva y accesible para superar estas barreras, al proporcionar contenido educativo, entrevistas con expertos locales, así como la oportunidad de compartir historias de éxito y desafíos comunes.

Este presente trabajo de investigación beneficiará a los emprendedores principiantes que tienen o quieren emprender un negocio en el cantón fronterizo por medio de la formación ellos tendrán conocimientos de cómo manejar su emprendimiento, en la actualidad se está viviendo en un mundo globalizado donde el éxito no sólo se da en la persistencia, si no en el aprendizaje, donde la visibilidad es esencial para el éxito inicial, y la ausencia de un medio radial adecuado dificulta la difusión de sus propuestas y servicios.

Los emprendedores que participen en este programa de formación y capacitación no solo obtendrán conocimientos prácticos en gestión empresarial, sino que también comprenderán la importancia del conocimiento del mercado.

En un mundo de competencia feroz y atención limitada al cliente, la capacidad de poder destacar y hacer que su negocio destaque desde el principio es fundamental para el éxito inicial y sostenido. Es importante enfatizar que a pesar que existen muchas plataformas de comunicación y marketing en esta era digital, la falta de medios de comunicación apropiados en la localidad se convierte en una barrera en Huaquillas y en los principiantes emprendedores.

4. Marco teórico

Para la realización del presente trabajo de investigación, es pertinente realizar la revisión bibliográfica de los siguientes términos que constituyen el marco teórico referencial del estudio.

4.1 Emprendimiento

Hacia el siglo XVII el francés Richard Cantillón, definió el término emprendedor como “mediador que adquiere medios de producción a ciertos precios y los combina para obtener de allí un nuevo artículo que ofrecer a un público determinado”. (Acosta, 2020) define al emprendedor como un individuo líder, previsor y productivo.

Según (Aguilar, 2022) la progresiva urgencia de desarrollar de manera innovadora nuevas formas de patrimonios sociales donde incentive la aniquilación de la pobreza y la solución de los problemas sociales. Siendo el empleo y la educación derechos fundamentales para todos los ciudadanos, estos mantienen la garantía para generar condiciones de vida digna y facilitar un desarrollo económico y social del país. Ofreciendo oportunidades que puedan orientar y propicien el desarrollo humano. El emprendimiento social es un campo que ha empezado a llamar la atención del mundo académico, (Aguilar, 2022) nos dice que los emprendimientos tradicionales centran sus ejecuciones en una misión económica y buscan el resultado económico, por lo que no poseen una finalidad social explícita más allá de gestionar una ocupación productiva que les permita aprovechar las oportunidades del mercado, generando un impacto social, el emprendedor se identifica porque es capaz de hacer algo novedoso, generando ideas para la transformación de su propia vida, cada emprendedor debe contar con ciertas características: necesidad de logro, disciplina, alta autoestima.

El definir un emprendimiento social, según (Cacheiro, 2018) requiere examinar las características de los individuos y grupos que estén asociados, donde serán atraídos por el emprendimiento social con el objetivo de obtener oportunidades y respuestas innovadoras que fomenten el bienestar social.

Un emprendedor social tiene la misma cualidad que un emprendedor del mundo de los negocios, puesto que ambos reconocen cuando una parte de la sociedad está paralizada y requieren nuevas formas poder activarla. (Aguilar, 2022) la innovación se genera a partir de la aptitud para emprender, es decir, no es propia de los accionistas, administradores inventores,

porque los emprendedores son capaces de combinar los diferentes factores de producción y obtener buenos resultados e innovar con ellos.

Así mismo, (Acosta, 2020) mencionan que “el desarrollo humano es una forma de moldear la calidad de vida de una forma integral, produciendo valoraciones de las personas para el acceso de la educación, la salud y la generación de ingresos, y condiciones dignas de un ser humano”, para una vida respetable. El papel del emprendimiento en el desarrollo económico es fundamental. La creación de nuevas empresas no solamente impulsa la generación de empleo sino también fomenta la competencia, la productividad y contribuye a la diversificación económica,

4.1.1 Tipos de emprendimientos.

Dentro de estos tipos de emprendimientos podemos mencionar los que se consideran relevantes, como menciona (Capriotti, 2021), la cualidad iniciativa del emprendedor que consiste en identificar el momento y explotarlo, convirtiéndolo en un negocio en marcha, cuando dialogamos de una idea de negocio, nos referimos a una iniciativa, donde involucre una creación de valor para los clientes.

Es evidente que la desigualdad, la pobreza o los problemas medio ambientales generan una mayor demanda de emprendimientos sociales. Así mismo, las políticas sociales de los gobiernos al seguir un enfoque de desregulación y liberalización económica, cada vez más débiles, también aumentan esa demanda. (Santos et al, 2013). Existen diversos tipos de emprendimientos, la elección de uno u otro depende de varios factores, como sus habilidades, intereses y sobre todo indicando a que mercado se desea ingresar, distinguimos cuatro ámbitos del emprendimiento que son:

4.1.2 Emprendimiento creativo-cultural

Este emprendimiento creativo cultural se caracteriza por centrarse en la creación, elaboración y participación en actividades que combinan la participación e innovación en aspectos culturales. (Lerma, 2016) considera que, en este tipo de emprendimiento se manifiesta y refleja el espíritu emprendedor, por esta razón se basa en cambios en el entorno cultural, influyendo en el ámbito económico de la comunidad y el desarrollo de la cultura y el arte, donde combina la creatividad y la innovación con aspectos culturales, buscando el impacto económico, desarrollo

cultural y artístico, donde puede abarcar una amplia gama de sectores, como las artes visuales, la música, el cine, la literatura, el diseño, la moda, la gastronomía, entre otros. Al mismo tiempo introducir nuevas ideas y enfoques en el ámbito cultural, ya sea a través de productos creativos, servicios únicos o la aplicación de tecnologías novedosas, que intentan no solo crear beneficios económicos, sino también enriquecer las connotaciones culturales.

Moreno-Moreno (2005) reconoce que el emprendimiento cultural creativo se caracteriza por la capacidad de combinar tradición con innovación, así mismo promover el patrimonio cultural de la sociedad, adaptándose al mismo tiempo a las tendencias constantes y necesidades modernas. Al promover la diversidad cultural, el intercambio de ideas y creación de experiencias significativas, contribuye a fortalecer el sentido de la identidad comunitaria y cohesión social.

La economía creativa maneja un recurso limitado, Bernal (2014) menciona que “la creatividad, mientras mayor uso se le dé, mayor será la aptitud de creativa. Donde se debe valorizar la invención. Es por ello que debe existir una enseñanza en todos los niveles de los derechos de autor y propiedad intelectual”. El emprendimiento cultural no se limita solamente a las artes, sino que busca extender las formas de expresión humana impulsando la formación de ideas originales y la resolución de problemas de manera singular.

El mundo necesita más personas creativas, o como (Acosta, 2020) menciona un artista que crea un valor simbólico desde lo visual, lo escénico, lo musical, lo digital, lo tangible y de todas las combinaciones posibles, Trayendo nuevos retos a su creación y que ésta alcance a la audiencia.

Promoviendo la inclusión social, la diversidad y la justicia cultural, donde se permite comprender su naturaleza compleja, así mismo el potencial transformador en diversos ámbitos sostenible y diversidad cultural.

4.1.3 Emprendimiento participativo

Por su parte, el emprendimiento participativo fomenta la cooperación de una comunidad en conjunto que promueven la cooperación y la colaboración en toda sociedad, donde buscan desarrollar un campo a nivel social y económico. Según (Capriotti, 2021) este enfoque implica la colaboración activa y la participación de múltiples partes interesadas en la creación, desarrollo y éxito de un proyecto empresarial. Así mismo, Giler Burgos (2016)

menciona que el enfoque va más allá de la iniciativa individual y fomenta la colaboración y el apoyo mutuo de diversas personas, comunidades o grupos, en donde se basa en el hecho de que los esfuerzos colectivos pueden lograr más que los esfuerzos individuales y que cuando se trabaja en unión se puede resolver problemas de manera efectiva y crear soluciones que beneficien a la comunidad en general.

Refleja un enfoque que representa un paradigma de creación de empresas más holístico y colaborativo, reconociendo la importancia de trabajar juntos para abordar desafíos y aumentar el impacto y la sostenibilidad de las soluciones que beneficien a un grupo más amplio de personas. Al alentar a las comunidades a participar activamente en este proceso, el emprendimiento participativo no solo buscaría generar beneficios económicos, sino que también fortalece conexiones sociales promoviendo la inclusión y conceder el poder de que las personas se conviertan en agentes de cambio en sus comunidades.

La función de los emprendedores, según (Lerma, 2016) es reformar o revolucionar el molde de producción al explotar una intervención o más comúnmente una posibilidad aun no aprobada, para dar un nuevo producto o promover uno viejo.

El emprendimiento participativo ha evolucionado con el tiempo, sobre todo su manera en cómo se relaciona con otros conceptos dentro del negocio y la economía participativa, el impacto ha sido grande en los ámbitos de la innovación, desarrollo económico, la inclusión social, representando un enfoque colaborativo hacia la creación y gestión de empresas.

En este contexto, la cooperación entre los miembros de la comunidad es fundamental, este emprendimiento fomenta la creación de confianza y solidaridad, donde los individuos comparten sus conocimientos, experiencias y recursos para en conjunto alcanzar objetivos en meta.

4.1.4 Emprendimiento social

En este tipo de emprendimiento de destacamos ideas reformadoras con el objetivo de que se realice un cambio social amplio y duradero (Gómez, 2016), indica que incluso integra a diferentes organizaciones y realiza la capacitación de personas, el emprendimiento social es un enfoque empresarial que tiene como objetivo abordar problemas sociales y ambientales a través de soluciones sostenibles.

Busca empoderar a las comunidades y a las personas afectadas, permitiéndoles participar activamente en la identificación y resolución de sus propios problemas. Incluyen empresas que proporcionan soluciones de energía limpia, proyectos de inclusión financiera, educativos en comunidades desfavorecidas y empresas que buscan reducir el impacto ambiental. Estos emprendimientos demuestran que el éxito empresarial puede ir de la mano con la creación de un impacto social positivo, con un mercado asegurado y comprometido.

Este tipo de emprendimiento emerge un enfoque innovador que busca abordar desafíos sociales y ambientales, se basa en iniciativas empresariales que, además de gestionar beneficios económicos, contribuyen a un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. (Fournier, 2011) afirma que el “emprendimiento social” se encuentra la noción de “búsqueda de beneficios compartidos”, con la de “satisfacción de intereses privados”, que se suele considerar en los sectores tradicionales de la economía capitalista y sociedades individualistas.

Los emprendedores sociales, enfrentan desafíos en base a la sostenibilidad financiera, la mediación del impacto, escalando iniciativas e identificando oportunidades, ya que aspira balancear los aspectos del éxito económico, responsabilidad social y medioambiental.

Se planifican a largo plazo las actividades y visiones que el emprendimiento social pretende difundir, (Fournier, 2011) menciona que la acción y la visión de las empresas sociales no son aisladas, sino que, al contrario, se forman de una realidad ya constituida que buscan generar una dinámica positiva de cambio.

El emprendimiento social no solo transforma la manera que asimilamos y ejecutamos un negocio, sino que abre caminos nuevos para un equitativo y sostenible desarrollo, al fomentar un enfoque integral que abarque el éxito económico y social.

4.1.5 Emprendimiento empresarial

Nos referimos al inicio de un proyecto en mente. Además, (Lerma, 2016) define que este tipo de emprendimiento es el que ha percibido una coyuntura de negocio y tiene como objetivo la producción de fortuna, puesto que el emprendimiento empresarial se refiere al proceso de instaurar, desarrollar y gestionar una nueva empresa o startup, con el objetivo de formar beneficios económicos, conllevan un papel crucial en la economía y el mercado al propagar empleo, así mismo fomentar la competitividad.

Así mismo, (Lerma, 2016) Nos dice que el enfoque ha cambiado de pequeños negocios como un bien social que debería ser mantenido a un costo económico, a pequeños negocios como un vehículo para el espíritu emprendedor. Es crucial realizar una investigación exhaustiva del mercado y apreciar las habilidades y recursos antes de decidir el tipo de emprendimiento o negocio que se desea iniciar. Además, se debe tener en cuenta que el éxito empresarial a menudo implica adaptarse a las cambiantes condiciones del mercado y aprender de la experiencia.

Según (Lagos, 2022) afirma que gracias a los emprendimientos se ha generado gran cantidad de empleos, incrementando el desarrollo social y económico de la sociedad, es importante resaltar que para lograr las metas y sueños, es indispensable mantener el control ante el éxito o el fracaso, La diversidad de los emprendimientos refleja la gran amplitud y la complejidad del mundo empresarial, cada tipo de emprendimiento tiene sus propias características desafíos y oportunidades, la elección del tipo de ocupación que se desea depende en gran medida de los objetivos del emprendedor, el contexto del mercado y los recursos disponibles que se tengan.

El emprendedor es conocido como agente de cambio (Alonso et al, 2016) afirman que el emprendedor busca la oportunidad más allá de los recursos que se examinen en la actualidad, constantemente se siguen reenfocando, debido a los nuevos recursos tecnológicos que cuentan “este proceso de iniciar y desarrollar un negocio que sea rentable, que pueda innovar y satisfacer las necesidades del mercado, con la esperanza de obtener recompensas financieras.

La capacidad de emprender en Ecuador, según (Alonso et al, 2016) comenta que el emprendimiento por necesidad supera al emprendimiento por mejora en comparación a otros países, que debido a un análisis en datos nos comenta que los emprendedores ecuatorianos están entre los 25 y 44 años de edad.

Con ayuda de la tecnología se puede mejorar aún más las interacciones con los compradores, las herramientas digitales mejoran la eficacia operativa, la experiencia del cliente, cuando nos referimos al emprendimiento empresarial nos referimos a un campo dinámico y desafiante, donde se alcanza el éxito siempre y cuando se acepten los cambios y se perseveren en las dificultades.

4.2 Momentos del emprendimiento

Existen diferentes periodos para el emprendimiento, Ríos et al (2020) define que los emprendimientos han ganado relevancia por la necesidad de generar mayores ingresos y lograr su independencia y estabilidad económica. Al igual que Paredes et al (2015) indica que el emprendedor busca innovar, ser creativo y sobre todo generar bienes y servicios de una forma responsable y efectiva, donde las acciones emprendedoras generadoras de emprendimientos sean populares en estostiempos.

El emprendedor social contiene la misma esencia que un emprendedor del mundo de los negocios, ambos saben observar cuando una sociedad está obstruida y exploran la reactivación económica, todo emprendimiento al iniciar genera esfuerzo y dedicación cada viaje el emprendedor es único, Ríos et al (2020) menciona que una vez comenzado el proyecto de negocios, los emprendedores reflejan su idea y comenzaran a evaluar si su negocio será rentable en corto, mediano o largo plazo. Los emprendedores deciden si incluyen o no sus ideas, así mismo, es el comienzo de una decisión importantepara el futuro de ellos.

En el Ecuador (Rodríguez et al, 2020) afirmo que es uno de los países más emprendedores de América latina, pero lamentablemente estos esfuerzos son temporales o muy cortos debido a muchos obstáculos en su avance y sobre todo el mantenimiento en el mercado comercial, que les impide progresar y mantenerse. Aunque existen otros factores que también determinan el desempeño de un mercado y que tan sostenibles y estables será en el tiempo.

Cuando se habla de emprender es desarrollar un espíritu orientado no solamente la creación de empresas sino también transformar las empresas ya existentes, Se refiere a cambiar al diseño de nuevos productos y desarrollo. Es una actitud proactiva, que permite a los individuos fijarse metas, realizar diversas propuestas y sobre todo tomar iniciativas que permitan aprovechar oportunidades que se presenten en el entorno actual.

Según (Rodríguez et al, 2020) mencionan que la mayoría de países en vías de desarrollo superan a los emprendedores ocasionando una pertenencia de negocio. En Ecuador, ocurre lo contrario. Mayormente las personas emprenden por urgencia, debido a la necesidad de poder superar sus ingresos para poder tener una buena estabilidad económica.

La sociedad en la actualidad tiene como afinidad la realización tanto personal como el aumento económico, la progresión de un negocio propio, donde buscan ser independientes y

tomar decisiones libremente y poder alcanzar su independencia laboral, poder saciar un mercado exigente mediante la elaboración de algún producto singular a fin de mejorar sus ingresos, donde una idea se convierte en realidad, generando efectos positivos para el emprendedor y la sociedad.

4.3 Emprendedores principiantes

El espíritu emprendedor se puede entender de diversas formas, cuando hablamos de emprendedores principiantes nos referimos a personas emprendedoras que poseen su propia idea de negocio. Morales (2020) menciona que los emprendedores son apasionados y contaminan su ambiente de emoción, mostrando una circunstancia de trabajo activo, también ante una dificultad generan vivencia. El mundo del emprendimiento no es fácil, requiere de personas con amor, pasión y cualidades que tengan dedicación por lo que hacen, por lo tanto, pueden llegar a desenvolverse de manera natural y crear un futuro potencial en el mercado que participa, llegando a generar cambios significativos.

Así mismo, (Capriotti, 2021) menciona que toda idea de negocio tiene origen de algún problema en específico qué necesitas ser resuelto, por lo tanto, estos conceptos suelen manifestarse de ámbitos muy próximos al emprendedor. Tienen la oportunidad de experimentar un crecimiento personal y profesional significativo a medida que enfrentan y superan obstáculos. (Santos et al, 2013) afirma que “Ante un entorno caracterizado por los valores del “paradigma” de la competencia se necesitan individuos que tengan capacidad de iniciativa, creatividad y sean proactivos para superar la habitual aversión al riesgo que supone todo proyecto”. Por lo tanto, es indispensable que asuman con valentía los riesgos y entiendan que una meta de importancia lleva componentes arriesgados al afrontar decisiones.

“Un emprendedor busca el cambio y explora sus oportunidades. La creatividad es una de las herramientas específicas que posee, por ende, el emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso”, (Martínez, 2016).

En el panorama económico actual, los emprendedores principiantes desempeñan un papel fundamental al introducir ideas frescas y soluciones creativas en el tejido empresarial, así como Medina y Rojas (2018) mencionan que la creciente importancia del emprendimiento principiante se ve respaldada por la necesidad de adaptación a los entornos económicos cambiantes. De acuerdo con Morales (2020) “Es preciso entender que el desarrollo humano es la consecuencia de la interacción entre individuos y tiene características específicas para

fomentar la transformación.

Se pueden promover cualidades psicológicas en beneficio de las actividades emprendedoras, tales como la confianza, autoestima y la eficacia, evitando la generación de actitudes socialmente no deseables, como la vagancia o la delincuencia.

4.4 Comunicación

En el corazón de todas las interacciones humanas, la comunicación se erige como el elemento fundamental que da forma y moldea nuestro entendimiento del mundo que nos rodea. (Gómez, 2016) afirma que la comunicación interpersonal establece un soporte fundamental para la existencia humana, puesto que, el ser humano es capaz de mantener una comunicación interpersonal asertiva, contribuye a la comodidad y calidad de vida de sí mismo y de los demás.

Piñeiro-Otero, T. (2018) analiza sobre la comunicación e indica que es un desarrollo fundamental en la interacción humana y social que implica la transmisión de información, ideas, pensamientos o sentimientos entre individuos o grupos. Este proceso puede llevarse a cabo de diversas formas, como verbalmente a través del lenguaje, mediante gestos, expresiones faciales, o incluso a través de medios escritos y tecnológicos, los conceptos claves son:

- Emisor y receptor
- Mensaje
- Canal
- Feed-back
- Contexto
- Ruido

(Gómez, 2016) Destaca que es imprescindible conocer como trasladar nuestro criterio y punto de vista de manera clara, y concisa, permitiendo la libertad de manifestar nuestra manera de razonar y poder experimentar, el comunicarnos es preciado hablamos de una herramienta importante que si la sabemos utilizar de manera respetuosa y asertiva nos podría encaminar hacia el éxito.

La comunicación humana según (Báez, 2000) es una interacción social, es compartir, pensamientos, sentimientos y acciones, significa el poder de entender, la importancia es magnífica, afectando no solo la forma en que nos relacionamos a nivel interpersonal, sino

también determinando el flujo de información en la esfera pública y privada. En el contexto del emprendimiento, la comunicación adquiere una importancia crucial, ya que afecta directamente la capacidad de una empresa para establecer relaciones efectivas con sus stakeholders, clientes, socios y empleados.

En la base del campo de la comunicación existen diversas dimensiones estrategias organizacionales influencias en medios de comunicación que construye un tejido conectivo en las vidas humanas, en la toma de decisiones, construcción de entidades y formación de opiniones, (Báez, 2000) una buena comunicación conlleva a la capacidad de entender, de ponernos en lugar del otro, poder interpretar sus estados de ánimo, su manera de pensar, así como gestos y actitudes. Por ende, compartimos gustos, costumbres, afinidades sociales, por el cual podemos conectar de manera adecuada nuestras expectativas, motivaciones e intereses en el emprendimiento radica en su capacidad para generar confianza, establecer una identidad de marca sólida.

Es importante poder transmitir nuestro concepto, según (Gómez, 2016) expresarse de manera clara y concisa, permitiendo la decisión de manifestar nuestra forma de pensar y de sentir, nos lleva a conseguir éxito siempre y cuando se la utilice la comunicación de manera respetuosa y asertiva. En el contexto del emprendimiento, Galvez (2019) indica que la comunicación no solo es un instrumento eficaz, sino que es la base para el crecimiento personal y profesional.

4.4.1 Comunicación radiofónica

Damas (2005) afirma que la radio es un medio de comunicación abierto y que en poco menos de un siglo de historia como tal, no como sistema de transmisión inalámbrica, ha sabido dotarse de unas características propias, de unas señas de identidad que la diferencian claramente de la prensa escrita, la televisión y los nuevos medios electrónicos.

La radio es un medio de comunicación que utiliza ondas electromagnéticas para transmitir información, principalmente en forma de audio, a través del espacio. Utiliza estaciones emisoras que transmiten señales a receptores, como radios domésticas o dispositivos móviles, que convierten estas señales en sonido audible.

Las estaciones de radio pueden transmitir una variedad de contenidos, como música,

programas de entretenimiento, noticias, debates y más. Pérez (2000) menciona que es un medio de comunicación poderoso y accesible a nivel mundial, brindando información, entretenimiento y conexiones comunitarias a lo largo de su historia. Aunque ha enfrentado desafíos con la llegada de la televisión e internet, sigue siendo una parte significativa del panorama mediático. Donde se emplea un lenguaje sencillo y comprensible para todos donde sus contenidos y mensajes se entienden a su audiencia.

Respecto al valor de la radio, Damas (2005), comenta que la radio y la televisión son medios que tienen un poder en los comportamientos globales, pero no sobre los detalles, donde imponen una percepción superficial y fragmentada de la realidad, la radio ha sido testigo y protagonista de momentos históricos, al momento de conectar a audiencias a nivel local, nacional e internacional. Su capacidad para llegar a distintas capas de la sociedad, sin discriminación de clases sociales o niveles educativos, Moreno-Moreno (2005) afirma que la radio es un medio inclusivo y sobre todo accesible.

En la era digital, donde la información fluye a través de diversas plataformas, la radio ha demostrado una increíble capacidad de adaptación, Según Villanueva (2020), la radio comunitaria juega un papel fundamental en el empoderamiento social, permitiendo que las voces de las comunidades sean escuchadas y promoviendo la participación activa de sus miembros.

(Damas, 2005) afirma que la vida social de lo radiofónico se confunde, desde este punto de vista, con sus modos de articular dispositivos, géneros y estilos para parecerse y diferenciarse dentro del conjunto de los demás medios de comunicación. A pesar de la competencia con nuevas formas de comunicación, la radio ha evolucionado incorporando la transmisión online, podcasts y programas a la carta, manteniendo su relevancia en la vida cotidiana de las personas.

La radio sigue siendo única en su capacidad para establecer una conexión íntima y emocional con su audiencia. La voz, la música y los sonidos transmitidos a través de las ondas radiales tienen el poder de crear imágenes mentales y evocar emociones, construyendo un puente entre el emisor y el receptor que va más allá de las barreras físicas.

4.4.2 Productos radiofónicos

Tenemos presente que la radio es un medio con mayor alcance, ya que puede llegar a todas las clases sociales, los productos radiofónicos son aquellos contenidos creados específicamente para la difusión en la radio, donde se abarcan formatos y géneros diseñados para entretener, informar o educar al público oyente. Como los programas de entretenimiento, programas musicales, programas educativos, programas deportivos, publicidad radiofónica y podcast, aunque existe variedad de productos radiofónicos, donde se adaptan a los gustos y necesidades de la audiencia.

Paredes et al (2015) nos comenta sobre las estaciones de radio están en la banda AM o FM. Las siglas AM significan amplitud modulada, desde 1975 las estaciones de radio de FM han tenido mejores rendimientos, a diferencia de las de AM, en 1997 casi tres cuartas parte del auditorio escuchaban alguna estación de FM. La radio sigue siendo un medio dinámico que se adapta a las tendencias y tecnologías emergentes para mantenerse relevante en la era digital, la radiodifusión, ya sea en términos de transmisión, recepción o producción de contenido.

En la actualidad, su papel no solo persiste, sino que se ha transformado y adaptado a las nuevas dinámicas de la sociedad contemporánea, consolidándose como un medio poderoso y versátil, la radio al igual que otro medio de comunicación promete variedad de contenidos. Morales (2020) se refiere sobre a la actuación radiofónica de la emisora, donde se determina que la radio contiene un amplio que el modelo de programación, por lo que se define que un modelo de radio puede amplificar dos o más modelos de programación diferentes.

Estos productos, que abarcan desde programas informativos hasta shows de entretenimiento y segmentos especializados, son el resultado de un proceso creativo y estratégico que busca satisfacer las necesidades de una audiencia cada vez más diversa y exigente, los productos radiofónicos han evolucionado para abrazar nuevas tendencias tecnológicas. La radio online, los podcasts y la difusión a través de plataformas digitales han extendido la accesibilidad y la audiencia potencial de los productos radiofónicos, permitiendo una mayor personalización y flexibilidad en el consumo de contenidos actual.

Así mismo, (Damas, 2005) define que la radio dispone de un gran potencial para

facilitar la participación de los espectadores, incapacidad de su sencillez, comodidad y transparencia, este medio dispone una gran suficiencia para solucionar a las consultas del público de manera rápida y eficaz, en diferencia con otros medios, la radio cuenta con las ventajas de la rapidez e inmediatez a la hora de asesorar o informar las diferentes inquietudes de los espectadores. La interactividad es una característica esencial para los productos radiofónicos exitosos. Los emprendedores deberán fomentar la participación interactiva de la audiencia a través de llamadas, mensajes, comentarios en redes sociales, encuestas y otras formas de retroalimentación importantes. Esta conexión directa no solo fortalece la fidelidad del espectador, sino que también proporciona valiosa información para la mejora continua de los productos radiofónicos.

4.5 Productos radiofónicos para emprendedores

La radio se ha emergido como un medio de comunicación poderoso y versátil que no solo ha perdurado a lo largo del tiempo, sino que ha evolucionado de manera que se pudo adaptar a las necesidades cambiantes y demandas de la sociedad. (Pérez, 2000) afirma que este suceso ha dado lugar a una espaciosa variedad de productos radiofónicos, que representan una valiosa oportunidad para las personas que buscan ventajas que se puedan aprovechar en un medio de comunicación.

Los medios de comunicación masiva pueden constituirse en la sociedad, llegando a hacer muy significativos, así mismo, tienen la autoridad de informar, entretener, generar opinión, la radio es un facilitador en la enseñanza y el aprendizaje y, en especial, en la mejora de la comunicación (Cacheiro (2018)). Un programa radial es un contenido creado y diseñado para ser transmitido a través de la radio, estos programas pueden variar en formato, duración y contenido, y pueden incluir una amplia gama de temas, como música, noticias, entrevistas, debates, dramas, comedia, educación, entre otros.

Pastorella (2021) con su gran experiencia nos ayuda a comprender que la radio ha sido un medio de comunicación popular durante décadas, y los programas radiales han desempeñado un papel crucial en la difusión de información, entretenimiento y cultura, El emisor y el mensaje que se desea transmitir plantea fragmentos de información que vinculan varios temas con los objetos del programa y con lo que se quiere comunicar, algunas personas tienen el pensamiento que la radio se hizo para improvisar, pero no es así, la radio transmite mensajes que impactan y constituyen un aporte al desarrollo de los oyentes de la comunidad.

La radio autoriza a la audiencia a imaginar, acatar lo que se escucha creando imágenes visuales, obteniendo respuestas diferentes de cada persona que la escucha, es por eso, que se destaca la importancia de él buen lenguaje radiofónico. (Lagos, 2022) menciona que los géneros son las formas que existen para clasificar distintos tipos de piezas de radio, donde se agrupan según el tipo de objetivo del programa o segmento con los recursos que se tienen a disposición, en el ámbito radiofónico, la clave del éxito radica en la creación de contenido relevante y atractivo. Rodríguez et al (2018) indica que se deben comprender las necesidades y preferencias de su audiencia para desarrollar productos radiofónicos que generen interacción y fidelidad. La capacidad de contar historias convincentes, ofrecer información valiosa y mantener la calidad del contenido contribuirá a la construcción de una audiencia leal.

4.6 La Audiencia

El concepto de audiencia ha variado al transcurrir el tiempo, con respecto al momento histórico y los avances tecnológicos en la comunicación, (Fernández, 2012) nos dice que una de las grandes consecuencias de la actividad radiofónica es la metabolización social de una nueva noción de la actualidad sincrónica, el público o audiencia puede ser flexible y cambiante, en un programa radial, pero desempeñan un papel crucial en el éxito y la relevancia de la emisión.

En la actualidad comenzamos a semejar las palabras audiencia con “público”, porque constituyen personas capaces de reaccionar y responder a los mensajes de los diferentes medios, lo que hoy los medios masivos sirven de guía a el público ante las nuevas tendencias y transformaciones de la época. Espinoza et al (2005) aluden que lo que pretende una emisora con su programación es ser competitiva. Teóricamente, la programación se establece a tener las circunstancias económicas, sociales, políticas entre otras de la sociedad. La audiencia, entendida como el receptor final de cualquier mensaje comunicativo, ocupa un lugar central en el vasto panorama de la comunicación.

Morales (2020) postula que en la actualidad comenzamos a semejar las palabras audiencia con “público”, porque constituyen personas capaces de reaccionar y responder a los mensajes de los diferentes medios, lo que hoy los medios masivos sirven de guía a el público ante las nuevas tendencias y transformaciones de la época.

Espinoza et al (2005) mencionan que lo que pretende una emisora con su

programación es ser competitiva. Teóricamente, la programación se establece a tener las circunstancias económicas, sociales, políticas entre otras de la sociedad. La audiencia, entendida como el receptor final de cualquier mensaje comunicativo, ocupa un lugar central en el vasto panorama de la comunicación.

4.6.1 Estudio de audiencia

El análisis de audiencia es el proceso de recopilar la mayor cantidad de información posible sobre la audiencia para comprender mejor quienes son y que les interesa. (Espinoza et al, 2005), afirma que la democratización del sistema de los medios, para promover la pluralidad y la diversidad en la producción comunicacional y el reconocimiento de los derechos comunicacional de las audiencias donde busca conocer quiénes son los receptores o consumidores de la información, sus características demográficas, comportamientos, intereses y preferencias.

La audiencia ha variado porque están en constante cambio conjunto los cambios sociales y culturales de la sociedad. Morales (2020) menciona que los estudiosos de audiencia aportaron al reconocimiento de los altos niveles de satisfacción con la información local y regional, al conocer el consumo y la preferencia de los oyentes propuso una comprensión más amplia de los contenidos en la radio, de esta manera se pudo fortalecer su propuesta comunicacional.

Algunos aspectos clave del estudio de audiencia incluyen:

Demografía: segmentar la audiencia e identificar las características clave del público y comprender los factores de su comportamiento.

Psicografía: Indagar las necesidades del consumidor, es fundamental poder entenderlo, saber sus creencias, sus emociones y motivaciones.

Comportamiento: Examinar como es el comportamiento de la audiencia con el contenido, porque herramienta o dispositivo interactúa y que tiempo dirige otros medios.

Intereses y preferencias: Se debe tener en cuenta los contenidos más relevantes que resaltan dentro de un proyecto.

Feed back: Es importante recolectar información, como opiniones y recomendaciones

de la audiencia ya sea por medio de las redes sociales, sitios web u otros medios de manera que podamos utilizarlo para una retroalimentación.

La investigación de audiencia es esencial para desarrollar estrategias efectivas de comunicación y marketing. Donde permiten adaptar su contenido y mensajes para satisfacer las necesidades y expectativas específicas su audiencia, lo que puede aumentar la relevancia y eficacia de sus comunicaciones. Además, este tipo de análisis le ayuda a tomar decisiones informadas sobre la asignación de recursos y la planificación de campañas.

Además, (Damas, 2005) mencionó que para satisfacer las necesidades comunicativas los oyentes, los mismos oyentes participan directamente en programas de radio que hacen su interacción de manera cómoda y fácil. Duarte y Tibana, (2009) explica que la investigación de audiencias implica no solo identificar la existencia de los espectadores, oyentes o lectores, sino también su comportamiento, preferencias y reacciones ante el contenido de los medios.

Desde una perspectiva más amplia, la audiencia también refleja la diversidad de la sociedad, que abarca edades, géneros, culturas y clases socioeconómicas. Asimismo, las tendencias culturales, los cambios tecnológicos y las preferencias personales ayudan a configurar perfiles de audiencia más precisos y detallados. Comprender estos factores no sólo facilita la identificación del público objetivo, sino que también le permitirá ajustar su estrategia de comunicación de forma más eficaz.

Según (Damas, 2005) existe una técnica horizontal donde se ofrece el mismo programa los espectadores, al mismo tiempo en un determinado periodo de tiempo, mediante la cual se intenta incrementar y retener a los oyentes de radio. Sin embargo, la retroalimentación continua de la investigación de audiencias, donde puede adaptarse de manera flexible a las preferencias del público y ayudar a construir relaciones sólidas y duraderas entre los medios y sus audiencias.

4.7 Posicionamiento de marca

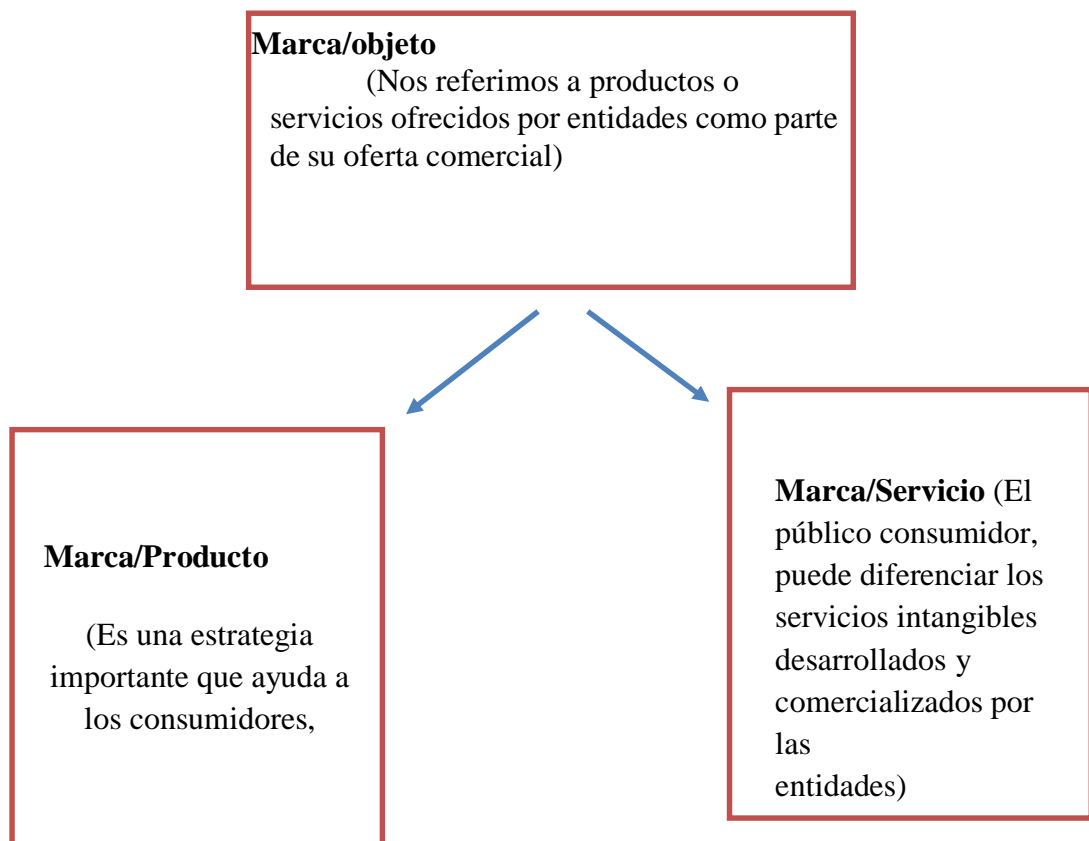
La marca según (Capriotti, 2021) se convierte, en el eje clave sobre el que prioriza la relación comunicativa entre una entidad y sus públicos. Por ello, constituye la base fundamental de la gestión de comunicación, son una existencia permanente en nuestro entorno y forman

parte esencial de nuestra vida diaria.

El posicionamiento de marca se utiliza principalmente en el marketing y la comunicación. Según (Aguilar, 2022) afirma que se utiliza para nombrar un objeto o tema, por lo que tiene un valor prestacional, es percibido por el público objetivo en comparación con otras marcas de mismo mercado, los consumidores tienen una imagen mental de la marca y la asocian con determinadas características.

Sin embargo, (Capriotti, 2021) en conjunto a (Cueva, 2007) dice que una marca es más que un simple nombre dado a un determinado tema o cosa, implica crear una identidad única para audiencia objetiva, y el posicionamiento de la marca es una estrategia central de dicha marca. Las etiquetas se pueden dividir en etiquetas de objeto o etiquetas de asunto, las marcas de objetos se dividen en productos o servicios, como se indica en la figura 1.

Figura 1.
Clasificación de las marcas de destino



Fuente: (Capriotti, 2021)

Una marca/ sujeto se relaciona con una persona que opera en un mercado o negocio,

(Capriotti, 2021) sostiene que una marca/sujeto tiene una materialidad que va más allá del propio producto en sí, y conecta con una extensa audiencia.

El éxito del posicionamiento de una marca se mide por la percepción que tienen los consumidores de la marca en relación con sus competidores. La investigación de mercado, las encuestas y el análisis de datos son herramientas esenciales para evaluar la efectividad del posicionamiento de marca en el mundo físico y digital es esencial para crear conexiones auténticas y duraderas con su determinada audiencia.

4.8 Emprendimientos de Huaquillas

El cantón Huaquillas, es uno de los cantones ubicados en la frontera entre Ecuador y Perú, en el cual destaca diversidad económica y la variedad de emprendimientos en conjunto con el cantón Aguas verdes, en este contexto específico brinda una valiosa perspectiva sobre el desarrollo económico y social. Los elementos clave relacionados con los negocios en Huaquillas, destaca los desafíos y oportunidades que enfrenta este entorno particular.

La radio es un papel fundamental en la vida cotidiana de los habitantes de Huaquillas, sirve como un medio de comunicación accesible que conecta a la comunidad y brinda información relevante sobre diversos temas. Coronel (2019) indica que la falta de empleo es un determinante, para buscar emprender; Los programas radiales que existen en cantón ofrecen una variedad de contenidos que reflejan las preocupaciones e intereses de la comunidad local desde programas de noticias, música, entretenimiento y deportivos. Donde también sirve como una plataforma de expresión y difusión.

No obstante, es necesario poder conocer ofertas actuales y novedosas de programas radiales, las necesidades específicas de los emprendedores que constantemente son los oyentes más destacados en el casco comercial. Según Leiva (2013) define que es importante distinguir entre ideas de negocios y oportunidades de negocios. Una idea es solo una idea, mientras que las oportunidades es una idea que satisface un mercado de clientes potenciales. Ofrecer una valiosa perspectiva sobre el desarrollo económico y social en una región caracterizada por su intercambio cultural y comercial.

Hernández (2014) revisa que comprender estos desafíos es fundamental para desarrollar estrategias efectivas que permitan a los emprendedores superar obstáculos y

fortalecer sus iniciativas comerciales. Las comunidades valoran la creatividad y el espíritu empresarial, lo que ayuda a comprender las dinámicas locales.

Abarca, (2018) Menciona que la cooperación empresarial y la participación activa en iniciativas públicas son aspectos brillantes de la cultura emprendedora del país, especialmente con el apoyo del ministerio de Economía e Inclusión Social, donde conferencias y exposiciones son herramientas destinadas a promover la recuperación económica en el tiempo (MIES). Así mismo Martínez (2011) menciona que estas ferias de startups se abren en festivales o eventos y participan la comunidad emprendedora. Además tienen como objetivo impulsar la reactivación económica en un cierto periodo de tiempo con el apoyo del (MIES). Estas ferias de emprendimiento se activan bajo una base de datos que tiene el municipio del cantón Huaquillas.

A continuación, se observa la Tabla 1, en la que se ve un listado de los emprendedores principiantes del cantón Huaquillas en 2023.

Tabla 1.
Emprendedores de la prefectura de El Oro 2023

	NOMBRES/APELLIDOS	CEDULA	CIUDAD	EMPRENDIMIENTO	CELULAR
1	Yaguana Vargas Luis	706183233	Huaquillas	comerciante	982221575
2	Amada Riofrio	701037780	Huaquillas	comerciante	999668576
3	Yuli Ramirez	702630971	Huaquillas	pasta de ajo	990491380
4	Melani Tarira	70626110	Huaquillas	postres	982927498
5	Juan Pablo ochoa	102777943	Huaquillas	Fabrica de calzado	982927498
6	Chica Loaiza Andrea	705792521	Huaquillas	Frutos secos /cocina	994897924
7	Granda LiLiana	703325583	Huaquillas	café de Lili	993107215
8	Magali Ganchozo	703325583	Huaquillas	closet show room	981538914
9	Samuel Flores	702380866	Huaquillas	pastelitos	900565464
10	Sanches Susana	703436535	Huaquillas	Canitas Felices	999482086
11	Castillo Soto Diana	171589281	Huaquillas	Cherry Snacks	959267068
12	Magnely Mijahunga	954003497	Huaquillas	Novedades Briluo	984119198
13	Merchan Jimbo Lilia	7041200484	Huaquillas	Lilipet	990354815
14	Finamo Tosmachala	700405985	Huaquillas	consorcio vehicular e inmobiliaria	981561786
15	Graciela Noemi	110594463	Huaquillas	Elaboración de yogurt	958038552
16	Jimmy Guaman	704274410	Huaquillas	Elaboración de yogurt	959078387
17	Monica Mendoza	705494631	Huaquillas	venta de gaseosas	986185263
18	Mirian Bermeo	705110179	Huaquillas	sublimación	997676522
19	Maritza Guicha	705110179	Huaquillas	Gad Huaquillas turismo	997196337
20	Oswaldo Huaymave	701593188	Huaquillas	Modelismo charlotte	968715211
21	Daniela Romero	705227148	Huaquillas	Novedades Danny	960215092
22	Silvia soto	701140964	Huaquillas	moda Silvia	989410689

Fuente: Elaboración propia, a partir de una publicación de la Prefectura de El Oro

(Casanova y Zambrano, 2022) mencionan que la escasez de plazas de trabajos dignos implica a la mayor parte de la población que busca cómo mejorar su situación económica, es por ello que emprender se transforma en una alternativa, sin embargo, son pocos los emprendedores que se conservan en el mercado a través del paso del tiempo. Se debe llegar a nuevos mercados y fortalecer la competitividad local proporcionar una visión sobre la modernización y evolución de los negocios del cantón.

5. Metodología

5.1 Área de estudio

El presente estudio se desarrolló en el cantón Huaquillas perteneciente a la provincia de El Oro, el mismo que cuenta con cinco parroquias urbanas como son: Unión Lojana, Milton Reyes, El Paraíso, Hualtaco y Ecuador. Donde posee un intenso movimiento comercial, localizada al extremo sur de la región litoral del Ecuador, con la frontera de Perú, donde su nombre está profundamente ligado a la historia del país.

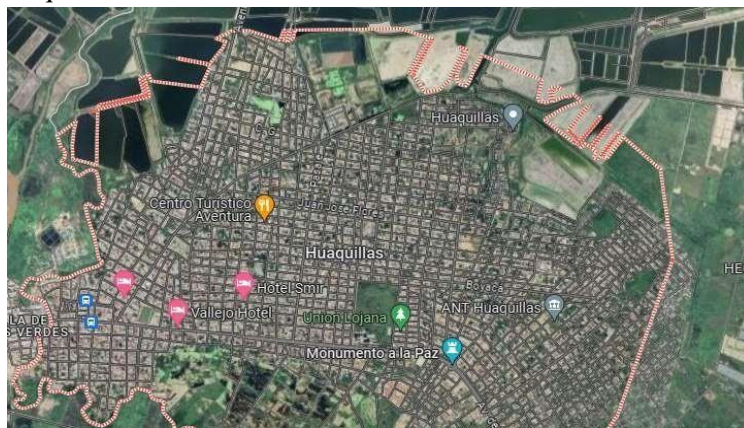
Según cifras del Gobierno Autónomo Descentralizado de Huaquillas, este cantón cuenta con más 500 emprendimientos, de los cuales, 150 corresponden a emprendimientos principiantes, donde 22 participantes del cantón, han iniciado sus actividades hace menos de un año.

La localización del mapa del cantón se visualiza en la figura 2.

Longitud: 80.2308400, Latitud: 3.4752300

Figura 2.

Mapa del cantón Huaquillas



Fuente: Google Maps.

Él estudió adoptó un enfoque exploratorio, con el objetivo de integrar las dinámicas comerciales y socioeconómicas. Se utilizó una combinación de métodos cuantitativos y cualitativos, para conseguir una visión integral del área de estudio, dónde se emplearon encuestas, entrevistas profundas y grupo focal. Es importante asegurar el consentimiento informado de los participantes, para garantizar la bioética y proteger los derechos de propiedad intelectual.

El consentimiento informado es un proceso mediante el cual se asegura que los participantes entienden y aceptan voluntariamente los términos de su participación en el estudio. Para ello, se ha proporcionado a los participantes una explicación clara y comprensible del estudio, los datos que se recolectaron y como se utilizaron.

5.2 Procedimiento

Esta investigación se realizó con el método inductivo, que parte de observaciones específicas y datos concretos para desarrollar teorías o generalizaciones más extensas debido a que se parte de lo específico, se observaron percepciones particulares del cantón Huaquillas, para obtener una comprensión integral de la propuesta del programa especializado en emprendimiento, dado que se busca apoyar a los emprendedores principiantes.

Al optarse por un método inductivo, se partió de la observación y el análisis de datos específicos obtenidos de las experiencias y opiniones de los involucrados para comprender las necesidades, desafíos y expectativas de la comunidad emprendedora, donde los métodos utilizados fueron la encuesta, entrevistas de profundidad y grupos focales. (Báez, 2000) señala que este método utiliza la reflexión para alcanzar conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a desenlaces cuya aplicación sea de carácter absoluto.

Encuesta: Este proceso se realizó, hacia los emprendedores principiantes, incluyendo preguntas abiertas y cerradas, adecuando las preguntas en escala de Likert para evaluar las actitudes y percepciones, utilizando la aplicación gratuita google forms, siendo un proceso realizado de manera virtual, a través de la aplicación WhatsApp

Entrevistas en profundidad: Este método de estudio se aplicó a emprendedores desarrollados, expertos en emprendimiento y expertos en radio, donde debido al tiempo y el

cronograma de cada persona algunas entrevistas fueron de manera presencial y virtual, cada entrevista duro aproximadamente 40 minutos, por medio de la aplicación de zoom para realizar reuniones. Existieron respuestas muy variadas y similares, donde los profesionales y los emprendedores desarrollados no solo respondieron a la pregunta, sino también a la historia de esfuerzo de un comerciante.

Grupo focal: Este grupo estuvo conformado por 6 participantes de 15 emprendedores principiantes, en el cual se les realizo la invitación con anticipación, pero debido a ocupaciones personales, no pudieron asistir. Comenzamos con este grupo focal desde las 11:00 am hasta la 12:00 pm en el cual, como moderadora, el rol fue indicar el objetivo de la reunión y desde el respeto fomentar la participación individual de cada uno, las preguntas fueron tratadas de acuerdo al cuestionario realizado.

Este estudio individual se sujetó de los hechos y conclusiones. De lo específico a lo general con el método inductivo, porque se observaron percepciones específicas de los emprendimientos principiantes del cantón, para obtener conclusiones aplicables para todo el sector emprendedor del cantón, segmentando por medio de estadísticas y categorías, utilizando el programa Excel para una comprensión más holística.

5.3 Procesamiento y análisis de datos

Este enfoque metodológico garantiza que se recopile una amplia gama de datos cualitativos y cuantitativos, proporcionando una visión completa y detallada de la biodiversidad en el cantón Huaquillas

La recolección y organización de datos de cada método fue diferente en este procedimiento se recopiló y se organizó los datos de cada método, el software o herramienta estadística que se utilizó fue la aplicación de Excel, mediante matrices se pudo segmentar de acuerdo a nuestro objetivo las diferentes categorías como interés, características de programa y contenido del programa.

Se debe tener en cuenta que para cada método existió un proceso, para las encuestas se realizó un banco de preguntas abiertas y cerradas, para cada entrevista se realizó un cuestionario diferente, para los emprendedores desarrollados, expertos en emprendimiento, expertos en radio y en el grupo focal, mediante matrices se segmentó lo más importante y las

ideas similares.

Los datos cuantitativos fueron revisados para identificar y corregir cualquier inconsistencia. Se eliminó respuestas incompletas y se normalizaron los datos para asegurar su coherencia. Los datos cualitativos así mismo, se examinaron garantizando la precisión de las transcripciones.

6. Resultados

Esta investigación tuvo como objetivo, implementar un programa radial especializado en emprendimiento, para contribuir al posicionamiento de los emprendedores principiantes del cantón Huaquillas, provincia de El Oro, durante el año 2024. Para la consecución de este objetivo se establecieron los siguientes objetivos específicos.

Diagnosticar la necesidad y características de un programa radial especializado en emprendimiento que contribuya al posicionamiento de los emprendedores principiantes del cantón Huaquillas, en el año 2024.

Diseñar un programa radial especializado en emprendimiento, que contribuya al posicionamiento de los emprendedores principiantes del cantón Huaquillas, a partir de los resultados del diagnóstico previo.

Implementar un programa radial especializado en emprendimiento para contribuir al posicionamiento de los emprendedores principiantes del cantón Huaquillas en el año 2024.

De la misma manera, se han establecido tres categorías de investigación, las mismas que son: interés, características y contenido del programa.

6.1 Interés y características de los posibles públicos

Esta categoría se relaciona con la importancia, receptividad, beneficios y características de los posibles públicos a los que se dirige la investigación.

Los emprendedores desarrollados que fueron entrevistados califican como difícil, trabajoso y costoso el inicio del proceso de emprendimiento, sin embargo, enfatizan en que la experiencia lograda con el tiempo se convierte en un aliado para continuar emprendiendo. Además, recalcan la influencia de la pandemia de COVID-19 en la decisión de trabajar de forma independiente, fue el factor clave para el inicio del emprendedor.

Por su parte, los expertos en emprendimiento mencionan que la mayoría de las personas que buscan emprender lo hacen buscando independencia económica, necesitando adaptarse a cambios bruscos e inversión constante. Mientras que, para los expertos en radio, los medios de comunicación aportan al desarrollo de sus emprendedores y sus negocios

promocionándolos y ayudándoles a conseguir una audiencia más amplia.

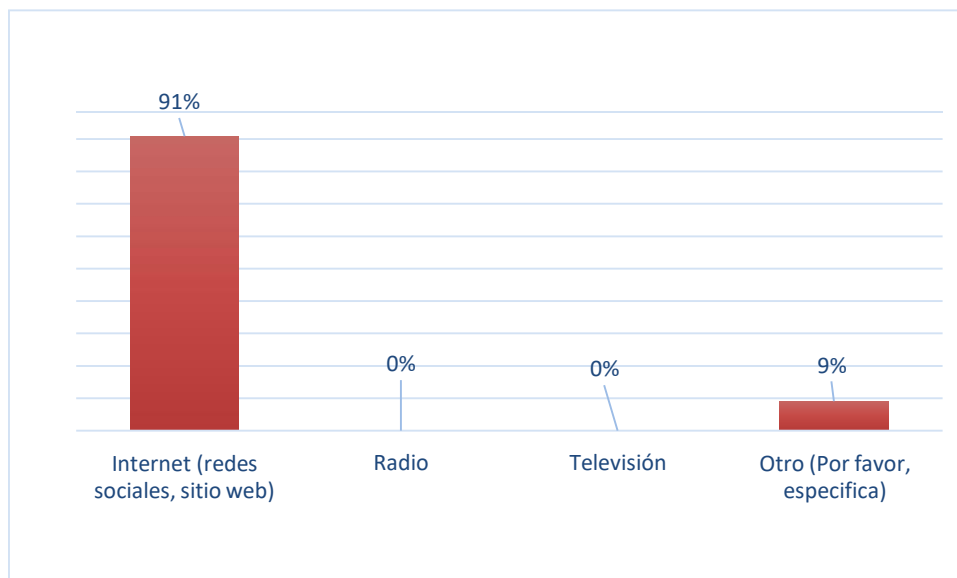
Los emprendedores principiantes en el grupo focal nos comentan sobre la importancia de aprender a compartir ideas y el generar apoyo mutuo con miembros de organizaciones, que fomenten el trabajo colaborativo.

Respeto de los sectores en los que se desarrollan los emprendimientos, la tendencia más destacada es la gastronómica, la mayor cantidad de emprendedores se dedican a la venta de alimentos en el cantón. También por ser un cantón fronterizo se encuentra variedad en sabores con precios accesibles, para degustar mientras se conocen lugares nuevos y propuestas llamativas.

El mundo de los negocios enfrenta un desafío constante de crecer y destacar en un mercado saturado. En este contexto los medios de promoción son una herramienta necesaria para impulsar el éxito de nuevas empresas. La mayoría de emprendedores utilizan diferentes medios para promocionar sus emprendimientos como la vemos en la figura 1.

Las redes sociales son el medio más sobresaliente, por lo que son consideradas y accesibles para la mayoría de emprendedores.

Figura 3.
Medios de promoción de los emprendedores de Huaquillas



Nota: La figura muestra los distintos medios por los cuales se promocionan los emprendedores.
Fuente: Entrevista

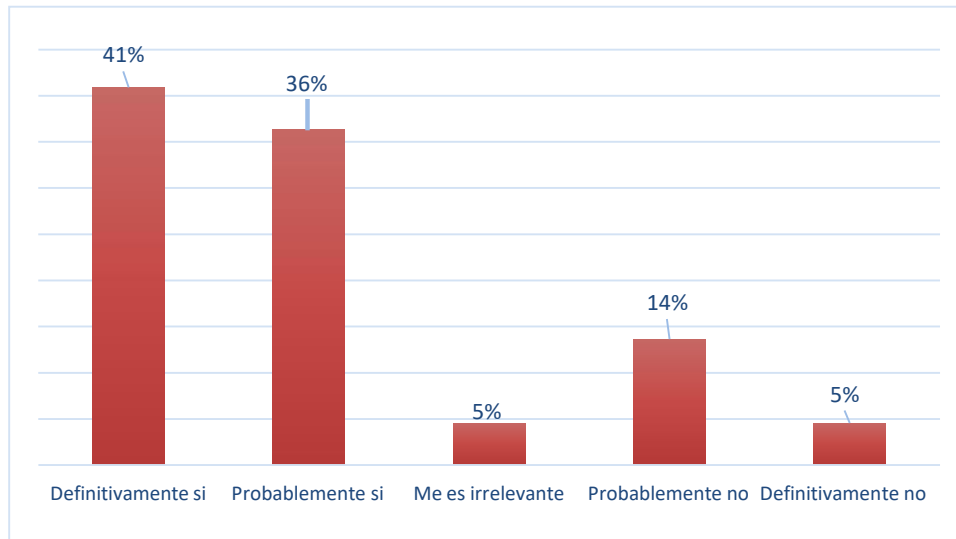
Como se observa, los medios tradicionales como la radio y televisión no son utilizados

por los emprendedores del cantón Huaquillas estudiados. La gran mayoría se decanta exclusivamente por promocionarse en las redes sociales.

No obstante, ante la pregunta de si tiene interés por participar en un programa radial especializado en emprendimiento, tres de cada cuatro emprendedores principiantes se expresan positivamente, como se observa en la Figura 4.

Figura 4.

Interés de los emprendedores principiantes por participar en un programa radial.



Nota: La figura muestra el interés de los emprendedores en participar de un programa radial.

Fuente: Entrevistas

Los emprendedores desarrollados, indican que el participar en un programa de esta magnitud, sería un proceso nuevo para ellos, donde muchas veces los nervios juegan en contra. Mientras que los expertos en radio indican que sería un beneficio y oportunidades al concursar en un programa radial, ya que la radio sigue siendo un medio poderoso con una audiencia leal.

6.2 Características del programa.

Esta categoría se relaciona con el formato radiofónico, horario de emisión, frecuencia de emisión y recursos comunicacionales a utilizar.

La información analizada acerca de las características del programa menciona que a los emprendedores principiantes les gustaría visualizar un contenido interesante con historias reales y actualizadas con la era digital, ya que sería esencial para potenciar un programa radial.

Los expertos en radio consideran que el formato a implementar, debería ser de entretenimiento, un magazine variado, este formato se puede adaptar a la audiencia y el estilo de la emisora, manteniendo un equilibrio de información, entretenimiento y la participación del oyente, donde se enseñe a través de la interactividad y la diversión.

Con referente a los recursos a utilizar, los expertos mencionan que se la frecuencia es importante, ya que esta nos indica hasta donde se nos puede escuchar nuestro contenido, el tener un lugar cómodo para realizar la programación radial es fundamental ya que ayudaría mucho al desarrollando escénico, es crucial contar con un equipo de grabación adecuado para brindar una buena programación.

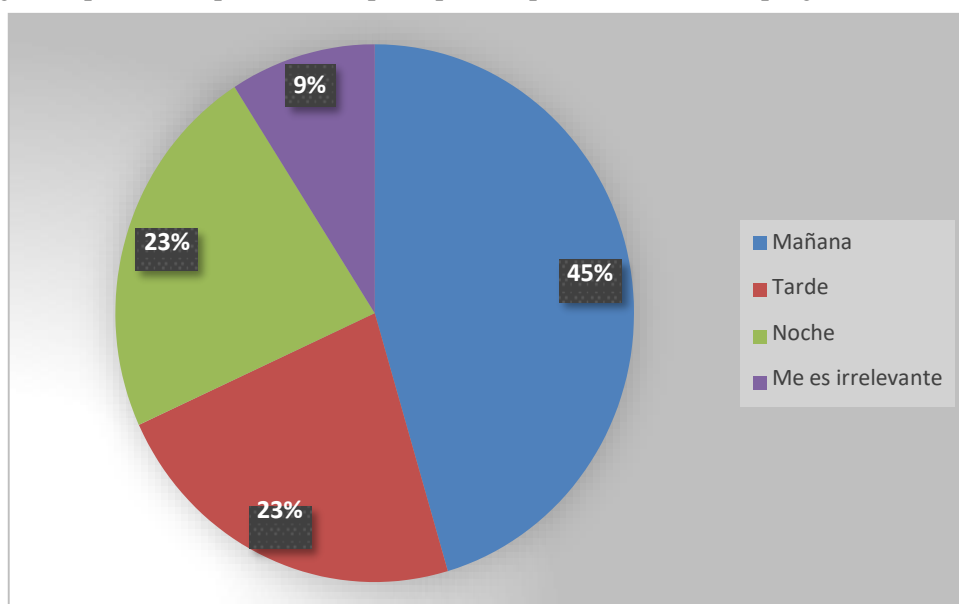
Así mismo, indican que el horario debe ser accesible, por medio de las entrevistas se determina que un buen horario sería en la noche, donde la mayoría de personas hayan terminado sus actividades laborales.

Por parte de los emprendedores desarrollados, coinciden con el horario nocturno, ya que la noche es más relajante y desocupada para ellos, donde también buscan visualizar este programa.

Pero también existe otra respuesta en la encuesta realizada con los emprendedores principiantes, en la que indican que el horario de la mañana sería una buena opción, como se lo establece en la figura 3. Sostienen que el amanecer con una buena información y de manera ocurrente, ayudaría al estado de ánimo de las personas que laboran diariamente.

Figura 5

Horario sugerido por los emprendedores principiantes para la emisión del programa radial.



Nota: La figura muestra el horario que prefieren los emprendedores para un programa radial.

Fuente: Entrevista

En otras palabras, los encuestados determinan que el horario de la mañana se adaptaría mejor a un programa radial, se ha evidenciado que muchas personas no solo esperan contenido radial, sino también el avance tecnológico en conjunto con las redes sociales, brindando contenido variado, ya que actualmente estas son las plataformas más utilizadas por los seres humanos.

Al consultar a emprendedores consolidados sobre la emisión, se evidenció un desconocimiento del tema; señalaron que las redes sociales son las plataformas a las que tienen acceso las 24 horas del día, dado que dependen significativamente de ellas. En contraste, los expertos en radio comentaron que la frecuencia de emisión debería ajustarse al tipo de programa que se desea producir. No obstante, cuatro de seis especialistas en radio indicaron que la programación semanal sería la más adecuada para llevar a cabo un estudio de audiencia más efectivo.

La radio, sigue desarrollando un papel vital en la difusión de información, adaptándose a los cambios variados y preferencias auditivas, para los emprendedores principiantes, se preguntó mediante la encuesta, sobre alguna sugerencia para este tipo de programa, en el cual omitieron sugerencias.

6.3 Contenido del programa

Esta categoría se relaciona con los temas, segmentos y lenguaje del programa radial sobre emprendimiento.

En función del contenido del programa, se han recopilado opiniones diversas tanto de los entrevistados como de los encuestados. La investigación ha revelado que la inclusión de opiniones y testimonios auténticos de los participantes no solo enriquece el contenido, sino que también tiene un impacto significativo y motivador en los futuros emprendedores. Específicamente, los entrevistados subrayaron que escuchar experiencias reales y detalladas de otros emprendedores proporciona un aprendizaje valioso, fomenta la identificación y empatía, y refuerza la confianza en los nuevos proyectos.

Asimismo, los encuestados destacaron que los relatos personales y los casos de éxito documentados pueden servir como ejemplos concretos y prácticas recomendadas, ofreciendo un marco de referencia tangible para aquellos que están iniciando su camino empresarial.

El programa contribuiría significativamente al señalar y enganchar al televidente, mediante hechos y vivencias verdaderas, mostrando los desafíos y la lucha actual, mencionan los expertos en emprendimiento. Exponer temas relevantes sobre cómo generar empleo y promocionarlo, además de la eficacia de la utilización de herramientas de marketing digital y entrevistas con expertos en el área.

El análisis sugiere que los segmentos del programa deberían estructurarse en tres categorías principales: entrevistas, debates de opiniones e interacciones con el público. Esta división permitiría crear un programa variado y especializado que responda a las necesidades e intereses de los emprendedores. Las entrevistas proporcionarían resolver problemas profundos y detallados de parte de los expertos y figuras destacadas del ámbito empresarial, ofreciendo experiencias y consejos prácticos. Los debates de opiniones, por su parte, facilitarían la confrontación de ideas y perspectivas diversas, promoviendo un entorno de aprendizaje crítico y reflexivo. Además, las interacciones con el público permitirían una participación activa de la audiencia, fomentando un sentido de comunidad y ofreciendo un espacio para resolver dudas y compartir experiencias en tiempo real.

Esta estructura no solo diversificaría el contenido, haciéndolo más dinámico y atractivo, sino que también potenciaría su impacto educativo y motivacional, contribuyendo significativamente al desarrollo y fortalecimiento del espíritu emprendedor.

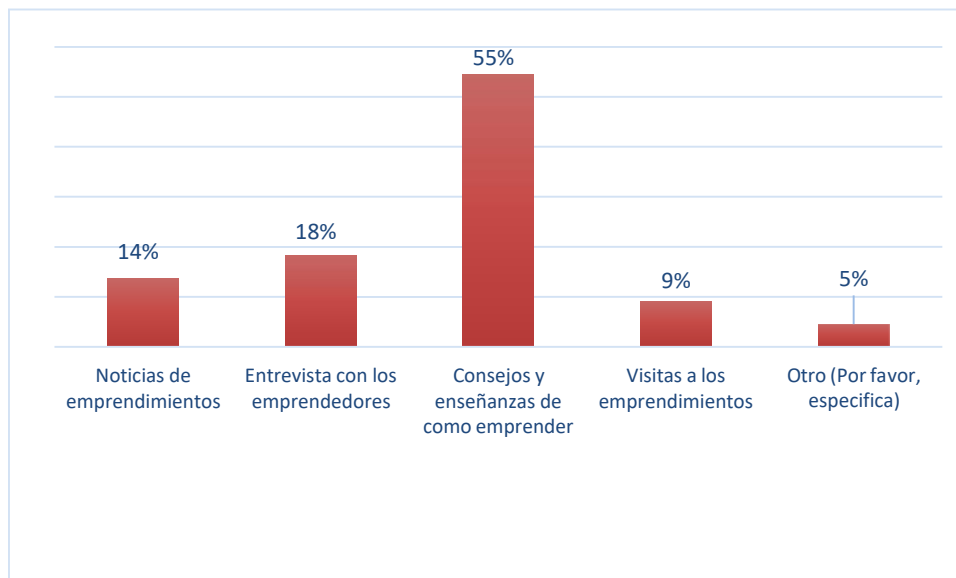
En relación al lenguaje utilizado en el programa, tanto las encuestas como las entrevistas han proporcionado una respuesta clara: el lenguaje debe ser coloquial. Este enfoque no solo facilita la comprensión, sino que también crea un ambiente de confianza y cercanía para los emprendedores principiantes. El uso de un lenguaje accesible y amigable es fundamental para motivar y orientar a aquellos que están iniciando su trayectoria empresarial, ya que disminuye las barreras de comunicación y hace que el contenido sea más relatable y práctico.

Además, un tono conversacional puede ayudar a desmitificar conceptos complejos, haciendo que los emprendedores se sientan más cómodos y seguros al aplicar los conocimientos adquiridos. Al emplear un lenguaje coloquial, el programa puede fortalecer la conexión emocional con su audiencia, incentivando la participación y el compromiso, y facilitando una experiencia de aprendizaje más efectiva y enriquecedora.

La creación de contenido, es un mundo competitivo para entender qué tipos de contenidos capturan más atención y marcan la diferencia entre el éxito y el estancamiento. Al analizar el tipo de contenido obtenido en las encuestas se observa en la figura 4 que a los emprendedores principiantes les genera una mayor atención hacia un programa radial que les brinde consejos y enseñanzas de cómo emprender.

Figura 6.

Tipo de contenido preferido por los emprendedores principiantes del cantón Huaquillas.



Nota: La figura muestra el tipo de contenido radial preferido por los emprendedores.

Fuente: Entrevistas

Es necesario e importante, saber que todas las historias de los emprendedores principiantes son relevantes, cada historia tiene su esencia y su ardua lucha, como lo comentaban los emprendedores desarrollados, siempre hay un sacrificio detrás de una superación.

Este programa es apto para cualquier emprendedor principiante, los expertos en radio mencionan que las participaciones son un factor clave en el proceso y progreso del programa radial, dando a conocer un contenido atractivo para los usuarios.

En el grupo focal realizado, se aludió a que la participación en estos espacios es una ventaja, porque dan a conocer su trabajo, historia y progreso. Aunque se suele pensar que el tener una idea de negocio y llevarla a cabo es fácil, muchos desconocen la dedicación y disciplina necesaria.

7. Discusión

A partir de los hallazgos encontrados, se evidencia que la influencia de la pandemia de COVID-19 en la decisión de trabajar de forma independiente, fue el factor clave para el fortalecimiento del emprendimiento. Según Morales (2020), la independencia y estabilidad económica son los principales factores para la relevancia de los emprendimientos. De acuerdo con (Rodríguez et al, 2020), Ecuador es uno de los países más emprendedores de América Latina, pero lamentablemente estos esfuerzos son temporales o muy cortos debido a muchos obstáculos en su avance, especialmente en el mantenimiento del mercado comercial, que les impide progresar y mantenerse. Este resultado se replica en el estudio, ya que indica que el esfuerzo de comenzar con un negocio es a menudo temporal, con muchos emprendedores enfrentando obstáculos que les hacen desistir en el proceso (Solano et al, 2023).

La investigación revela que el 91% de emprendedores principiantes del cantón Huaquillas utilizan las redes sociales como medio principal de promoción. Acosta (2020) sostiene que un artista puede crear valor simbólico a través de diversas formas, incluyendo lo visual, lo escénico, lo musical, lo digital y lo tangible, presentando nuevos desafíos para captar la atención de la audiencia. En contraste, (Fournier, 2011) argumenta que la radio y la televisión son medios con un poder significativo sobre los comportamientos globales, ya que tienden a imponer una percepción superficial y fragmentada de la realidad.

No obstante, ante la pregunta de si tiene interés por participar en un programa radial especializado en emprendimiento, con un 41% de los emprendedores principiantes se expresaron positivamente. Según (Morales, 2020), la radio cuenta con un modelo de programación flexible y extenso, capaz de incorporar múltiples formatos para atender las diversas necesidades de los oyentes. Así mismo, (Damas, 2005) define que la radio posee un considerable potencial para fomentar la participación de la audiencia, gracias a su simplicidad, conveniencia y transparencia. Este medio tiene la habilidad de responder a las consultas del público de forma rápida y eficiente., al asesorar o informar las diferentes inquietudes de los oyentes.

En base al contenido del programa, existen opiniones muy variadas por parte de los entrevistados y encuestados. Resaltando que el 51% de emprendedores principiantes esperan que le programa les dé a conocer enseñanzas valiosas para sus emprendimientos. La comunicación es una interacción social que implica compartir pensamientos, sentimientos y

acciones, tiene el poder de entender y relacionarse, lo cual es esencial para brindar un buen contenido. De la misma manera, (Lerma, 2016) destaca que es imprescindible conocer cómo trasladar nuestro criterio y punto de vista de manera clara, y concisa, permitiendo la libertad de manifestar nuestra manera de razonar y poder experimentar. Concuera que el poder de contar una buena historia a través del diálogo genera, credibilidad, y la comunicación es una herramienta que, si la sabemos utilizar adecuadamente, puede encaminar hacia el éxito.

El formato recomendado por expertos y emprendedores es el magazine, que incluya varios segmentos como consejos prácticos, noticias, entrevistas, interacción e historias de vida. (Cacheiro, 2018) menciona que los géneros son las formas que existen para clasificar distintos tipos de piezas de radio, agrupándose según el objetivo del programa o segmento. (Fernández, 2012) nos dice que una de las grandes consecuencias de la actividad radiofónica es la metabolización social de una nueva noción de la actualidad sincrónica; el público o audiencia puede ser flexible y cambiante. Legorburu Hortelano (2004) indica que un programa radial, generando una programación de impacto, no solo fideliza a la audiencia, también sería un medio eficaz de difusión del contenido expuesto.

8. Conclusiones

La pandemia de COVID-19 ha sido un estimulador significativo para que muchos individuos en el cantón Huaquillas opten por el emprendimiento como una vía para generar ingresos y lograr una estabilidad económica. Sin embargo, estos esfuerzos a menudo enfrentan numerosos obstáculos, lo que dificulta su sostenibilidad a largo plazo.

Existe interés de los emprendedores principiantes por participar en un programa radial especializado en emprendimiento, a pesar que, al momento, las redes sociales son la alternativa principal que utilizan para promocionar sus productos y servicios. Los especialistas en emprendimiento y radiodifusión reconocen la importancia e impacto positivo que puede generar la implementación de un programa dedicado al emprendimiento en el cantón Huaquillas. Este programa radial contribuiría significativamente al posicionamiento de los emprendedores principiantes del cantón Huaquillas al captar y enganchar al oyente mediante hechos y vivencias reales, mostrando los desafíos y la lucha actual.

Para el diseño del programa radial, se requiere privilegiar la participación del público objetivo a través de la interacción, en un magazine que incluya segmentos de interés para los emprendedores entre lo que destacan los consejos prácticos y testimoniales sobre el tema. El programa puede presentarse en las primeras horas del día o en la noche, que son las dos franjas horarias más recomendadas por los emprendedores huaquillenses. Para la implementación, la investigación aporta que los contenidos y recursos comunicacionales que se utilicen deben pensarse con segmentos, inclusión de recursos periodísticos e interacción que generen en los emprendedores un alto interés a través de la orientación y entretenimiento.

9. Recomendaciones

Desarrollar programas radiales enfocados en el emprendimiento, con contenido que influya al cambio y el auto educarse, debería ser parte esencial, vivimos en un país donde la competencia laboral muchas veces nos satura, existen historias y personas de admirar, esta idea nace con el objetivo de ayudar y potenciar el emprendimiento en el cantón.

Es importante promover la participación de los emprendedores, creando una comunidad donde se pueda compartir experiencias y recursos. Así mismo facilitando

La interacción entre los participantes y el público, para promover un entorno colaborativo y de apoyo. Para complementar la promoción radial, se deben utilizar estrategias de marketing en redes sociales y en otros medios de comunicación. Se debe Utilizar una combinación entre lo tradicional y digital, esto con el objetivo de maximizar el alcance y la visibilidad de los emprendedores.

Se debe establecer un monitoreo constante el impacto del programa en los emprendedores locales, esto es necesario para ajustar y mejorar continuamente el contenido y la estrategia del programa.

Finalmente, algo que no se debe olvidar es la creación de contenido, historias de éxito, testimonios reales y discusiones sobre desafíos y soluciones en el mundo del emprendimiento, debemos asegurarnos de innovar contenido y que este sea de relevancia atractivo y útil, para quienes quieran empezara a emprender y la audiencia en general, de esta manera fortalecemos el impacto positivo de los programas radiales en el ecosistema emprendedor de Huaquillas.

10. Bibliografía

- Acosta, J. J. (2020). *Emprendimiento Creativo*. Puerto Rico: Inversión cultural.
- Alonso, M. O., Gómez, R. J., Torres, X. O., Baquero, E. F. J., Orrego, T. E., Sidera, S. T., ... & León, M. P. (2016). *Tendencias y retos del marketing en Ecuador 2015*.
- Báez, C. (2000). *La comunicación efectiva (Vol. 1)*. Santo Domingo.
- Bernal, C. (2014). *Metodología de la Investigación*. Administración, economía humanidades y ciencias sociales (Tercera ed.). Pearson.
- Cacheiro, M. L. (2018). *Educación y tecnología: estrategias didácticas para la integración de las TIC*. UNED.
- Capriotti, P. (2021). *Dirección estratégica de comunicación*. Tarragona.
- Casanova-Villalba, C. I., Gavilanes-Bone, S. A., & Zambrano-Zambrano, M. A. (2022). Factores que dificultan el crecimiento de los emprendimientos de Santo Domingo. *Journal of Economic and Social Science Research*, 2(1), 18-30.
- Cueva, F. D. (2007). *Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial*. Contabilidad y Negocios, 3, 47.
- Damas, S. H. (2005). *Ventajas e Inconvenientes de la participación de la audiencia de los programas de radio*. Perú.
- Duarte, T., & Tibana, M. R. (2009). *Emprendimiento, una opción para el desarrollo*. *Scientia et technica*, 15(43), 326-331.
- Espinoza Bermeo, F. S., Trujillo Oleas, J. C., & Pfister, E. (2005). *Proyecto de inversión para la creación de un medio de comunicación (Radiodifusión) para la provincia de El Oro con base en el cantón Huaquillas (Doctoral dissertation, ESPOL. FCSH)*.
- Fernández, J. L. (2012). *La captura de la audiencia radiofónica*. Argentina.
- Fournier, A. N. (2011). *Emprendimiento social*. Documento de Trabajo, 6.
- Galvez A. E. J. (2019). *Cultura de emprendimiento corporativo en las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas*. Universidad del Valle.
- Giler Burgos, A. M. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de un programa de formación empresarial para emprendedores en el cantón Quevedo año 2015*.
- Lagos, Y. O. (2022). *Emprender para crecer*. *Travesía Emprendedora*, 6(2), 9-13.
- Legorburu Hortelano, J. M. (2004). *Utilidad y eficacia de la comunicación radiofónica en el proceso educativo*. Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones.
- Leiva, B. J. C. (2013). *Los emprendedores y la creación de empresas*. Instituto Tecnológico de Costa Rica.

- Lerma, G. H. D. (2016). Metodología de la investigación–5ta edición: Propuesta, anteproyecto y proyecto. Ecoe ediciones..
- Medina, A., Rojas, G. (2018). De tu idea al plan de negocios: diseño y producción de un taller para emprendedores principiantes [Trabajo de grado, Universidad Monteávila]. Repositorio de la Universidad Monteávila.
- Morales, Susana M.. (2020). Estudios de audiencias y medios comunitarios: apuntes para un reencuentro necesario. Anagramas -Rumbos y sentidos de la comunicación-, 18(36), 57-76. <https://doi.org/10.22395/anqr.v18n36a4>
- Moreira, P. y Urriolagoitia, L.(2011). El Emprendimiento Social. Revista Española del Tercer Sector. (17). 17-40
- Moreno-Moreno, E. (2005). Las “radios” y los modelos de programación radiofónica. *Communication & Society*, 18(1), 61-111.
- Paredes, A., Leiva, M., & Olave, C. (2015). Prácticas de emprendimiento creativo y cultural en América Latina. Corporación de fomento de la producción y asociación chilena de empresas de tecnologías de información AG Santiago de Chile.
- Pastorella, M. (2021). La radio como proyecto escolar. La implementación y sostenibilidad de las radios escolares en educación media.
- Piñeiro-Otero, T. (2018). Problemática universalización de los indicadores de evaluación científica. Crítica desde la investigación en comunicación radiofónica. *Profesional de la información*, 27(2), 254-266.
- Ríos, E., Páez, H., Barbosa, J. (2020). Estrategias de comunicación: diseño, ejecución y seguimiento. REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía.
- Rodríguez-Aguilar, V. R., Reina-Pinargote, C. R., Rodríguez-Moran, K. G., & Cañarte-Quimis, L. T. (2020). Nuevos emprendimientos: Un análisis a sus tipos y posicionamiento postcovid-19. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*. ISSN: 2588-090X. Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 5(4), 91-113..
- Rodriguez, M., Pérez, O., González, J. J., de Castro, I., López, M., Machado, M., Ocaña, K. (2018). La radio como herramienta de integración comunitaria. *RES: Revista de Educación Social*, (26), 213-229.
- Santos, F. J., de la O Barroso, M., & Guzmán, C. (2013). La economía global y los emprendimientos sociales. *Revista de economía mundial*, (35).
- Solano, L. N. S., Ordóñez, J. E. C., Ordoñez, Y. F. Y., & Benalcazar, J. L. P. (2023). Estrategias Didácticas con TIC en la Enseñanza-Aprendizaje de Lengua y

Literatura. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(5), 8838-8855.

Villanueva, P. (2020). *La radio comunitaria: una herramienta de empoderamiento social*. Bogotá: Editorial Alternativa.

11. Anexos

Anexo. 1 Autorización para el uso de identidad con fines académicos



AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES ACADÉMICOS

En la ciudad de Huaquillas a los 21 días del mes de mayo del año 2024 comparece el ciudadano/a SANTIAGO PAÚL CULQUICONDOR con número de cédula 0702478074 de estado civil casado con domicilio en Huaquillas, de 31 años de edad, de profesión Tatuador profesional, legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación "PROPUESTA DE UN PROGRAMA RADIAL DIRIGIDO A LOS EMPRENDEDORES PRINCIPIANTES DEL CANTÓN HUAQUILLAS DE LA PROVINCIA DEL ORO" de la estudiante Sammy Shaden Sarango Bazurto, para obtener el título en tercer nivel en Licenciada en Comunicación, en la que usted interviene como entrevistado....

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

A los 21 días del mes de mayo de 2024.

Firma:

.....
Nombres completos SANTIAGO PAÚL CULQUICONDOR
Correo Electrónico: shato@hotmail.es
Número telefónico: 0980818606

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES ACADÉMICOS

En la ciudad de Huaquillas a los 21 días del mes de mayo del año 2024 comparece el ciudadano/a JOSABETH DEL ROCIO TANDAZO MAYEZA con número de cédula 0706737186 de estado civil casado con domicilio en Huaquillas, de 43.años de edad, de profesión Maquillista profesional legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación “PROPUESTA DE UN PROGRAMA RADIAL DIRIGIDO A LOS EMPRENDEDORES PRINCIPIANTES DEL CANTÓN HUAQUILLAS DE LA PROVINCIA DEL ORO” de la estudiante Sammy Shaden Sarango Bazurto, para obtener el título en tercer nivel en Licenciada en Comunicación, en la que usted interviene como entrevistado....

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

A los 21 días del mes de mayo de 2024.

Firma:



.....
Nombres completos: JOSABETH DEL ROCIO TANDAZO MAYEZA

Correo Electrónico: Josabethtandazo13@gmail.com

Número telefónico: 0981723736

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES ACADÉMICOS

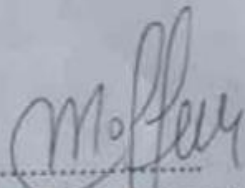
En la ciudad de Huaquillas a los 21 días del mes de mayo del año 2024 comparece el ciudadano/a AB. MARIA FERNANDA CAMPOVERDE con número de cédula 0103234849 de estado civil casado con domicilio en Huaquillas, de 43 años de edad, de profesión Abogada y comerciante legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación "PROPUESTA DE UN PROGRAMA RADIAL DIRIGIDO A LOS EMPRENDEDORES PRINCIPIANTES DEL CANTÓN HUAQUILLAS DE LA PROVINCIA DEL ORO" de la estudiante Sammy Shaden Sarango Bazurto, para obtener el título en tercer nivel en Licenciada en Comunicación, en la que usted interviene como entrevistado....

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

A los 21 días del mes de mayo de 2024.

Firma:



Nombres completos AB. MARIA FERNANDA CAMPOVERDE

Número telefónico: Mfcampo@unl.edu.ec

Correo Electrónico: 0992630013

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES ACADÉMICOS

En la ciudad de Huaquillas a los 21 días del mes de mayo del año 2024 comparece el ciudadano/a JOHANNA DEL CARMEN BAZURTO GUERRERO con número de cédula 0920864261 de estado civil soltera con domicilio en Huaquillas, de 42 años de edad, de profesión comerciante en venta de ropa, legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación "PROPUESTA DE UN PROGRAMA RADIAL DIRIGIDO A LOS EMPRENDEDORES PRINCIPIANTES DEL CANTÓN HUAQUILLAS DE LA PROVINCIA DEL ORO" de la estudiante Sammy Shaden Sarango Bazurto, para obtener el título en tercer nivel en Licenciada en Comunicación, en la que usted interviene como entrevistado....

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

A los 21 días del mes de mayo de 2024.

Firma:



.....
Nombres completos: JOHANNA DEL CARMEN
BAZURTO GUERRERO

Correo electrónico: johadelcarmenbazurto@gmail.com

Número telefónico: 0991678558

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES ACADÉMICOS

En la ciudad de Huaquillas a los 21 días del mes de mayo del año 2024 comparece el ciudadano/a IVANOVA KATIUSCA CARRIÓN CUMBICOS con número de cédula 0704173473 de estado civil soltera con domicilio en Huaquillas, de 43 años de edad, de profesión comerciante en venta de ropa, legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación “PROPUESTA DE UN PROGRAMA RADIAL DIRIGIDO A LOS EMPRENDEDORES PRINCIPIANTES DEL CANTÓN HUAQUILLAS DE LA PROVINCIA DEL ORO” de la estudiante Sammy Shaden Sarango Bazurto, para obtener el título en tercer nivel en Licenciada en Comunicación, en la que usted interviene como entrevistado....

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

A los 21 días del mes de mayo de 2024.

Firma:



.....
Nombres completos: IVANOVA KATIUSCA
CARRIÓN CUMBICOS

Correo electrónico: ivanovacarrion.81@gmail.com

Número telefónico: 0981271102

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES ACADÉMICOS

En la ciudad de Huaquillas a los 21 días del mes de mayo del año 2024 comparece el ciudadano/a ELIDA IBELIA URIOLA FLORES con número de cédula 1103092258 de estado civil viuda con domicilio en Huaquillas, de 41 años de edad, de profesión peluquera , legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación “PROPUESTA DE UN PROGRAMA RADIAL DIRIGIDO A LOS EMPRENDEDORES PRINCIPIANTES DEL CANTÓN HUAQUILLAS DE LA PROVINCIA DEL ORO” de la estudiante Sammy Shaden Sarango Bazurto, para obtener el título en tercer nivel en Licenciada en Comunicación, en la que usted interviene como entrevistado....

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

A los 21 días del mes de mayo de 2024.

Firma:



.....
Nombres completos: ELIDA IBELIA URIOLA FLORES

Correo electrónico: elidauriola23@gmail.com

Número telefónico: 09891257439

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES ACADÉMICOS

En la ciudad de Huaquillas a los 21 días del mes de mayo del año 2024 comparece el ciudadano/a DIEGO FARAUD SARAGURO ARMIJOS con número de cédula 0702478074 de estado civil casado con domicilio en Huaquillas, de 62 años de edad, de profesión comerciante, legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación "PROPUESTA DE UN PROGRAMA RADIAL DIRIGIDO A LOS EMPRENDEDORES PRINCIPIANTES DEL CANTÓN HUAQUILLAS DE LA PROVINCIA DEL ORO" de la estudiante Sammy Shaden Sarango Bazurto, para obtener el título en tercer nivel en Licenciada en Comunicación, en la que usted interviene como entrevistado....

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

A los 21 días del mes de mayo de 2024.

Firma:



.....
Nombres completos: Diego Faraud Saraguro Armijos
Correo electrónico: saragurodiego54@gmail.com
Número telefónico: 0991000641

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES ACADÉMICOS

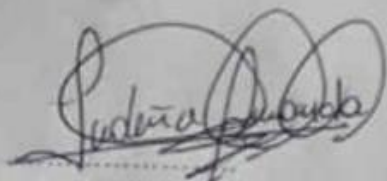
En la ciudad de Huaquillas a los 21 días del mes de mayo del año 2024 comparece el ciudadano/a AMANDA LUDEÑA VINCES con número de cédula 0703729269 de estado civil casada con domicilio en Huaquillas, de 39 años de edad, de profesión entrenadora y propietaria en Andy fit legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación "PROPUESTA DE UN PROGRAMA RADIAL DIRIGIDO A LOS EMPRENDEDORES PRINCIPIANTES DEL CANTÓN HUAQUILLAS DE LA PROVINCIA DEL ORO" de la estudiante Sammy Shaden Sarango Bazurto, para obtener el título en tercer nivel en Licenciada en Comunicación, en la que usted interviene como entrevistado....

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

A los 21 días del mes de mayo de 2024.

Firma:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Amanda Ludeña Vinces', is written over a horizontal line.

Nombres completos: AMANDA LUDEÑA VINCES
Correo Electrónico: andresanival_@hotmail.com
Número telefónico: 0984043730

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES ACADÉMICOS

En la ciudad de Huaquillas a los 21 días del mes de mayo del año 2024 comparece el ciudadano/a Adriana Paulette Izquierdo Mora, con número de cédula 0705111631 de estado civil soltera con domicilio en Huaquillas, de 26 años de edad, de profesión Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, Maquilladora Profesional, estudiante de Cosmetología y emprendedora de “El Closet de Frida”, legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación “PROPUESTA DE UN PROGRAMA RADIAL DIRIGIDO A LOS EMPRENDEDORES PRINCIPIANTES DEL CANTÓN HUAQUILLAS DE LA PROVINCIA DEL ORO” de la estudiante Sammy Shaden Sarango Bazurto, para obtener el título en tercer nivel en Licenciada en Comunicación, en la que usted interviene como entrevistado.

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

A los 21 días del mes de mayo de 2024.

Firma:



.....
Nombres completos: Adriana Paulette Izquierdo Mora
Correo Electrónico: adrianai16@hotmail.com
Número telefónico: 0997181342

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES ACADÉMICOS

En la ciudad de Huaquillas a los 24 días del mes de mayo del año 2024 comparece el ciudadano/a Raymond Leonardo Maldonado Ramirez con número de cédula 070522089-5 de estado civil casado con domicilio en Huaquillas, de 35 años de edad, de profesión entrenadora y propietaria en Raymond Ez, legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación "PROPUESTA DE UN PROGRAMA RADIAL DIRIGIDO A LOS EMPRENDEDORES PRINCIPIANTES DEL CANTÓN HUAQUILLAS DE LA PROVINCIA DEL ORO" de la estudiante Sammy Shaden Sarango Bazurto, para obtener el título en tercer nivel en Licenciada en Comunicación, en la que usted interviene como entrevistado....

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

A los 21 días del mes de mayo de 2024.

Firma:



RAYMON LEONARDO
MALDONADO RAMIREZ

.....
Nombres completos: Raymond Leornado Maldonado Ramirez

Correo Electrónico: raymonmaldonado@gmail.com

Número telefónico: 0982444962

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES ACADÉMICOS

En la ciudad de Huaquillas a los 21 días del mes de mayo del año 2024 comparece el ciudadano/a CHRISTIAN NAHIN RUGEL CAMPOVERDE con número de cédula 0705020733 de estado civil SOLTERO con domicilio en Huaquillas, de 23 años de edad, Licenciado en Comercio y Negocios Internacionales Gerente comercial en Rugel Market legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación "PROPUESTA DE UN PROGRAMA RADIAL DIRIGIDO A LOS EMPRENDEDORES PRINCIPIANTES DEL CANTÓN HUAQUILLAS DE LA PROVINCIA DEL ORO" de la estudiante Sammy Shaden Sarango Bazurto, para obtener el título en tercer nivel en Licenciada en Comunicación, en la que usted interviene como entrevistado....

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

A los 21 días del mes de mayo de 2024.

Firma:



Nombres completos: CHRISTIAN NAHIN RUGEL CAMPOVERDE

Correo Electrónico: christianrugel2000@gmail.com

Número telefónico: 0988630288

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES ACADÉMICOS

En la ciudad de Huaquillas a los 21 días del mes de mayo del año 2024 comparece el ciudadano/a Tatiana Lizbeth Saltos Macías con número de cédula 070620212. de estado civil soltera. con domicilio en Huaquillas, de 27.años de edad, de profesión Magister en Comunicación Estratégica con mención en Comunicación digital legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación "PROPUESTA DE UN PROGRAMA RADIAL DIRIGIDO A LOS EMPRENDEDORES PRINCIPIANTES DEL CANTÓN HUAQUILLAS DE LA PROVINCIA DEL ORO" de la estudiante Sammy Shaden Sarango Bazurto, para obtener el título en tercer nivel en Licenciada en Comunicación, en la que usted interviene como entrevistado....

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

A los 21 días del mes de mayo de 2024.

Firma:



.....
Nombres completos: Tatiana Lizbeth Saltos Macías
Correo Electrónico: tatianalizbethsm@gmail.com
Número telefónico: 0994527048

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES ACADÉMICOS

En la ciudad de Huaquillas a los 21 días del mes de mayo del año 2024 comparece el ciudadano/a JOSÉ ANTONIO OTAVALO OTAVALO con número de cédula 0704270602 de estado civil casado con domicilio en Huaquillas, de 38 años de edad, de profesión Lic. En comunicación social de radio Jb Luna, legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación "PROPUESTA DE UN PROGRAMA RADIAL DIRIGIDO A LOS EMPRENDEDORES PRINCIPIANTES DEL CANTÓN HUAQUILLAS DE LA PROVINCIA DEL ORO" de la estudiante Sammy Shaden Sarango Bazurto, para obtener el título en tercer nivel en Licenciada en Comunicación, en la que usted interviene como entrevistado....

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

A los 21 días del mes de mayo de 2024.

Firma:



.....
Nombres completos: JOSÉ ANTONIO OTAVALO OTAVALO
Correo Electrónico: joseantoniootavalojoseotavalo@hotmail.com
Número telefónico: 0991231297

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES ACADÉMICOS

En la ciudad de Huaquillas a los 21 días del mes de mayo del año 2024 comparece el ciudadano/a Daniel Alejandro Durán Apolo con número de cédula 0705163590 de estado civil casado con domicilio en Machala, de 36 años de edad, de profesión Licenciado en Comunicación Social, legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación “PROPUESTA DE UN PROGRAMA RADIAL DIRIGIDO A LOS EMPRENDEDORES PRINCIPIANTES DEL CANTÓN HUAQUILLAS DE LA PROVINCIA DEL ORO” de la estudiante Sammy Shaden Sarango Bazurto, para obtener el título en tercer nivel en Licenciada en Comunicación, en la que usted interviene como entrevistado....

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

A los 21 días del mes de mayo de 2024.

Firma:



Verifique el contenido firmado con:
**DANIEL ALEJANDRO
DURAN APOLO**

.....
Daniel Alejandro Durán Apolo
durandanielec@gmail.com
0983034107

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES ACADÉMICOS

En la ciudad de Huaquillas a los 21 días del mes de mayo del año 2024 comparece el ciudadano/a Brigitte Romero Correa con número de cédula 0750654238 de estado civil soltera con domicilio en Huaquillas, de 27 años de edad, de profesión Licenciada en Comunicación Social legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación "PROPUESTA DE UN PROGRAMA RADIAL DIRIGIDO A LOS EMPRENDEDORES PRINCIPIANTES DEL CANTÓN HUAQUILLAS DE LA PROVINCIA DEL ORO" de la estudiante Sammy Shaden Sarango Bazurto, para obtener el título en tercer nivel en Licenciada en Comunicación, en la que usted interviene como entrevistado....

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

A los 21 días del mes de mayo de 2024.

Firma:



.....
Nombres completos:

Brigitte Yuleisy Romero Correa

Correo Electrónico:

briyit.romerocorre@gmail.com

Número telefónico: 0996039122

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES ACADÉMICOS

En la ciudad de Huaquillas a los 21 días del mes de mayo del año 2024 comparece el ciudadano/a **BRAYAN STEEWARD JIMBO SARANGO** número de cédula 0706760956 estado civil soltero con domicilio en Huaquillas, de 26 años de edad, de profesión Lic. en comunicación social de Tv Oro Huaquillas, legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación “PROPUESTA DE UN PROGRAMA RADIAL DIRIGIDO A LOS EMPRENDEDORES PRINCIPIANTES DEL CANTÓN HUAQUILLAS DE LA PROVINCIA DEL ORO” de la estudiante **Sammy Shaden Sarango Bazurto**, para obtener el título en tercer nivel en Licenciada en Comunicación, en la que usted interviene como entrevistado....

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

A los 21 días del mes de mayo de 2024.

Firma:



.....
Nombres completos: **BRAYAN STEEWARD JIMBO SARANGO**
Correo Electrónico: Bryanjimbo2020@hotmail.com
Número telefónico: 0962008272

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES ACADÉMICOS

En la ciudad de Huaquillas a los 21 días del mes de mayo del año 2024 comparece el ciudadano/a ARIANA CRISTINA OROZCO PARDO con número de cédula 0750317216 de estado civil soltera con domicilio en Huaquillas, de 24 años de edad, de profesión Licenciada en comunicación legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación “PROPUESTA DE UN PROGRAMA RADIAL DIRIGIDO A LOS EMPRENDEDORES PRINCIPIANTES DEL CANTÓN HUAQUILLAS DE LA PROVINCIA DEL ORO” de la estudiante Sammy Shaden Sarango Bazurto, para obtener el título en tercer nivel en Licenciada en Comunicación, en la que usted interviene como entrevistado....

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

A los 21 días del mes de mayo de 2024.

Firma:



Nombres completos: ARIANA CRISTINA OROZCO PARDO

Correo Electrónico: arianaorozcosp@gmail.com

Número telefónico: 0979963719

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE IDENTIDAD CON FINES ACADÉMICOS

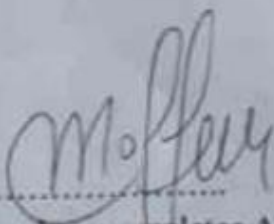
En la ciudad de Huaquillas a los 21 días del mes de mayo del año 2024 comparece el ciudadano/a AB. MARIA FERNANDA CAMPOVERDE con número de cédula 0103234849 de estado civil casado con domicilio en Huaquillas, de 43 años de edad, de profesión Abogada y comerciante legalmente capaz comparece por sus propios derechos; y por medio de presente instrumento autoriza libre, gratuita y voluntariamente a la Universidad Nacional de Loja a utilizar su identidad con fines académicos para el desarrollo del tema de titulación "PROPUESTA DE UN PROGRAMA RADIAL DIRIGIDO A LOS EMPRENDEDORES PRINCIPIANTES DEL CANTÓN HUAQUILLAS DE LA PROVINCIA DEL ORO" de la estudiante Sammy Shaden Sarango Bazurto, para obtener el título en tercer nivel en Licenciada en Comunicación, en la que usted interviene como entrevistado....

Conforme a la autorización brindada a la Universidad Nacional de Loja, esta institución podrá hacer uso de su identidad con fines académicos en los repositorios virtuales y físicos de la Biblioteca de la UNL y en publicaciones fuera de la institución, sean estas en revistas científicas académicas, libro, capítulo de libro, si el estudiante y el director de titulación y de tesis así lo consideren.

La presente autorización se concede por tiempo indefinido y se otorga el amparo prescrito en los artículos 19 y 66 numeral 18 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo 161 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y la Ley de Protección de Datos Personales.

A los 21 días del mes de mayo de 2024.

Firma:

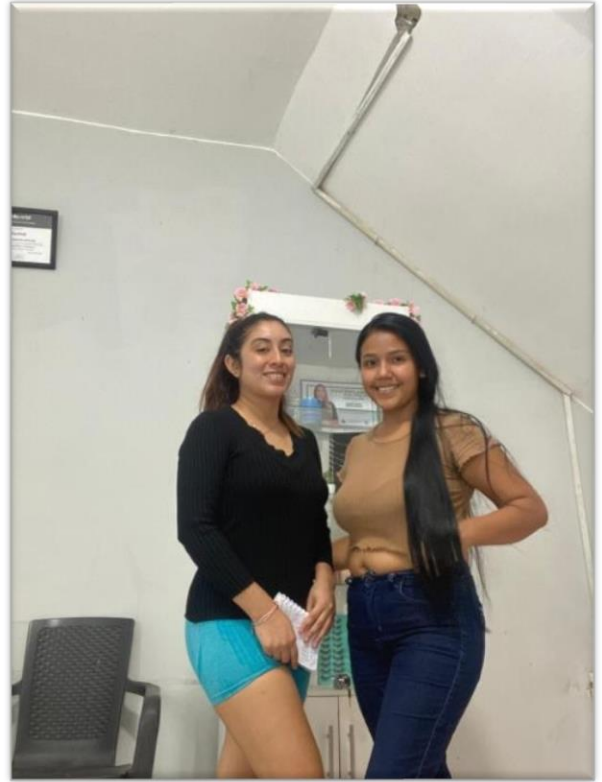


Nombres completos AB. MARIA FERNANDA CAMPOVERDE

Número telefónico: Mf.campoverde@gmail.com

Correo Electrónico: 0992630013

Anexo. 2 Fotografías





Huaquillas, 2 de agosto de 2024

Certificado de Traducción

Lic. Julio César Ramírez Cárdenas

Por la presente certifica que:

Ha realizado la traducción del resumen que consta de un párrafo seguido, del idioma español al idioma inglés.

Detalles de la Traducción:

- **Resumen para el proyecto de titulación de la Srta. Sammy Shaden Sarango Bazurto con C.I: 0706187895, estudiante de la carrera de Comunicación de la UNL - UEDL.**
- **Título del proyecto: “PROPUESTA DE UN PROGRAMA RADIAL DIRIGIDO A LOS EMPRENDEDORES PRINCIPIANTES DEL CANTÓN HUAQUILLAS, DE LA PROVINCIA DE EL ORO”** La traducción ha sido revisada y se considera precisa y fiel al texto original. Lo certificado, facultando al interesado hacer uso del presente.



Lic. Julio César Ramírez Cárdenas
1008-2016-1667159