

# MODELO DE NEGOCIOS BASADO EN HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN APLICADOS POR EMPRENDIMIENTOS ARTESANALES DE CALZADO DE CUERO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

## PROBLEMA

El ingreso de calzados extranjeros en el Ecuador ha afectado la producción y comercialización de las empresas ecuatorianas. A pesar de la apertura de proyectos que promulgan el consumo local, resulta importante que los negocios en el país inviertan en herramientas de comunicación para captar el interés a una mayor cantidad de clientes.

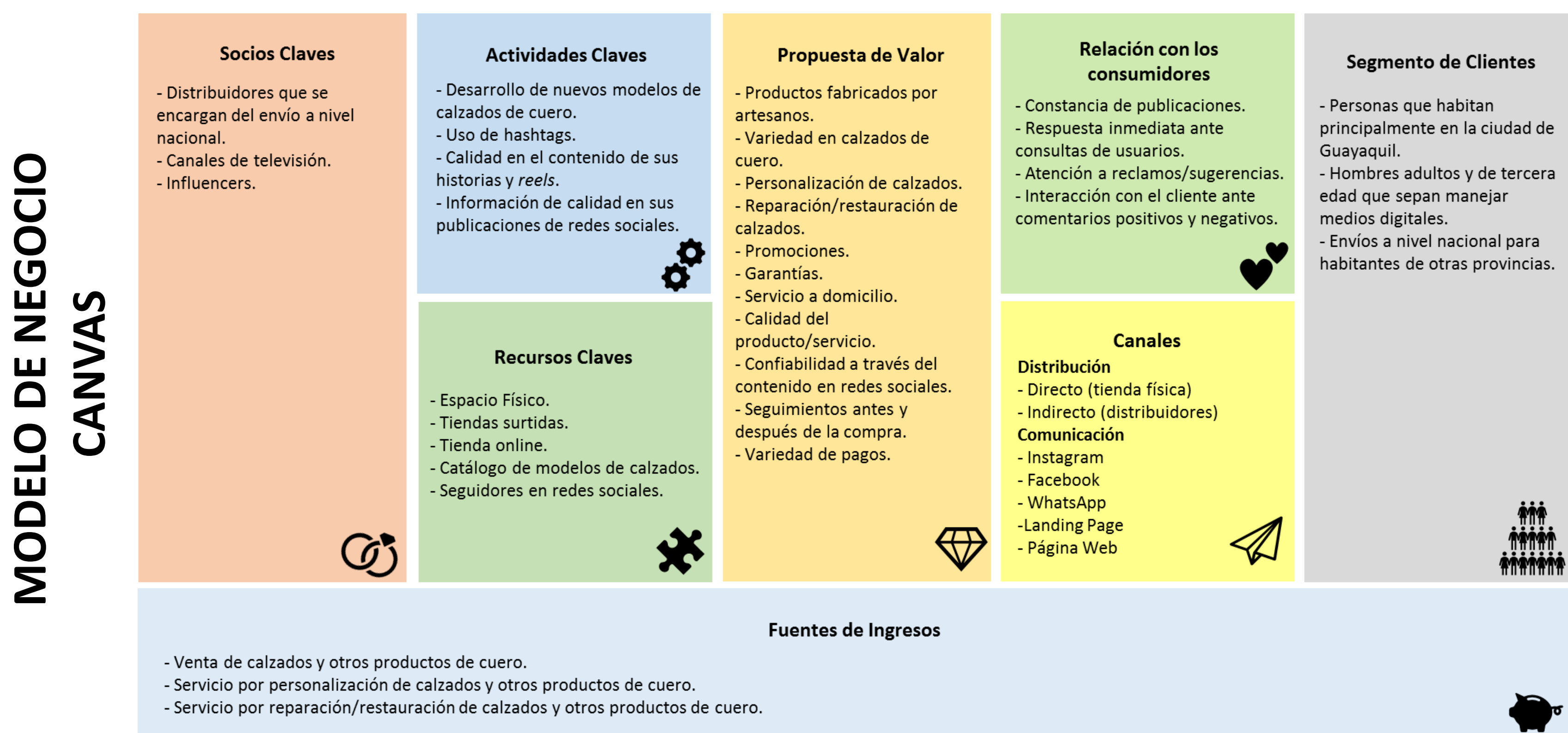
## OBJETIVO GENERAL

Evaluar los modelos de negocios basados en herramientas de comunicación por emprendimientos del sector artesanal de zapatería dedicados a la comercialización de calzado de cuero en la ciudad de Guayaquil para brindar recomendaciones o sugerencias de forma integral que mitiguen su bajo potencial de crecimiento.



## PROPUESTA

Se propone un modelo de negocio Canvas de Alexander Osterwalder e Yves Pigneur con respecto a las observaciones de Facebook, Instagram y/o página web de zapaterías bien establecidas con tienda física en la ciudad de Guayaquil, que fabrican y comercializan calzados artesanales de cuero para hombres. Si bien la mayoría de las actividades propuestas están basadas en los hallazgos obtenidos en las herramientas de comunicación de cada negocio, se plantearon otras que podrían ser de utilidad para llamar la atención de los usuarios a consumir productos nacionales.



## RESULTADOS

Mediante la observación de los medios digitales usados por las zapaterías seleccionadas de calzados artesanales de cuero para hombres, se realizó la recolección de información que fue sintetizada a través de guías de contenido y de frecuencia para facilitar su interpretación.



## CONCLUSIONES

Con base a la aplicación de una metodología cualitativa mediante el levantamiento de datos en medios digitales se concluye que:

- Pocas zapaterías se enfocan en difundir contenido con temas de interés que variaban de su oferta de producto.
- Consideran importante una interacción con los clientes a través de sus publicaciones en redes sociales y otros canales de comunicación destacando WhatsApp.
- Existe poca diferenciación de contenido en medios digitales; y la falta de constancia en las publicaciones en algunas zapaterías observadas.