



Universidad de Guayaquil
Facultad de ingeniería industrial

Tema:

Resumen de YouTube y emprendimiento
en América de habla hispana

Nombre:

Henry Michael Orellana Sanchez

Resumen de YouTube y emprendimiento en América de habla hispana

Introducción

El emprendimiento es una forma de enfrentar las crisis y la incertidumbre en la sociedad y la economía. YouTube, una plataforma de video, cree en la oportunidad de los seres humanos para fundar empresas y triunfar por sus propios méritos. Los usuarios de YouTube generan contenido y surgen nuevos perfiles de usuarios que elaboran y difunden información en tiempo real. YouTube puede ser considerado como un espacio de mediación para emprendedores independientes e innovadores y cumplir el rol de soporte para el progreso. En Latinoamérica, el emprendimiento se considera un medio para el progreso social, y este estudio explora los contenidos de video de emprendimiento en habla hispana producidos en la región.

El marco teórico

Se enfoca en analizar la relevancia de YouTube como plataforma para el emprendimiento y las pequeñas y medianas empresas (PYMES). Se destaca la importancia de la interactividad y la cercanía con el consumidor, lo que permite a los emprendedores y PYMES utilizar la plataforma para crear contenidos y llegar a su público objetivo de manera efectiva. Además, se menciona la facilidad de uso de la plataforma, que permite a los usuarios crear contenidos sin necesidad de tener habilidades audiovisuales complejas.

Asimismo, se hace énfasis en la cultura interactiva de la sociedad en red, en la que el usuario se convierte en un emisor y receptor de contenidos, y se crea un ciclo de realimentación inmediata mediante un trabajo colaborativo. Se destaca que YouTube se ha convertido en un modelo de negocio que sirve de intermediario y conecta a diferentes grupos de usuarios, propiciando el interés de los usuarios que visitan el sitio y que los videos, producidos y distribuidos a bajo costo, se popularicen.

Por otro lado, se destaca que el contenido en YouTube no está controlado en cuanto a formato, género, duración temática y actores, lo que genera una polivalencia tecnológica, mediática y temática. Además, se destaca que los contenidos creados por usuarios activos o youtubers e industrias culturales responden a criterios promocionales, con formatos coincidentes con los existentes en cine y televisión, para conducir al usuario a otros productos.

Los usuarios de YouTube

Los usuarios de YouTube son individuos con capacidad tecnológica para expresar opiniones sobre lo que ven, consumen y lo que les rodea. Se dividen en antiguos participantes, ocasionales, youtubers e influencers. Los youtubers son creadores de contenido en un canal de la plataforma, con personalidad atractiva y cuyo modelo de negocio es lograr el mayor número de reproducciones. Los influencers son youtubers que emplean su perspectiva sobre un tema para influir sobre sus seguidores, situación que aprovechan las empresas para patrocinar sus productos. El modelo de negocio forja ingresos en función del tipo de avisaje y de la popularidad del canal, medido por la cantidad de suscriptores.

Emprendimiento

El emprendimiento se refiere al proceso de iniciar un negocio, formulándose un plan estratégico para organizar e invertir recursos, y asumiendo riesgos para obtener recompensas de la actividad. Involucra nuevas formas de hacer negocios mediante la creación o imitación y ocurre cuando el sujeto actúa acorde con su percepción de la realidad y la de otros, conjugando sentimientos e intuición para comprometerse a partir de sus sueños e identidad con construir un futuro en el cual cree. Los componentes del emprendimiento se relacionan con la empresa desde la idea del negocio, la disponibilidad y la obtención de recursos, y con el sujeto emprendedor, con sus habilidades, nivel de motivación y compromiso como factores clave. La persona emprendedora asume riesgos, persigue algún beneficio, innova, identifica y crea oportunidades de negocio individual o colectivamente. Fija, coordina y combina recursos, confía en la incertidumbre, rompe viejos esquemas que le conducen a innovar. La motivación continua es necesaria para buscar financiamiento y asentar la continuidad de la idea, productos o servicios, trabajadores y elementos organizacionales.

Metodología

En este estudio se investigó el papel de YouTube en la promoción del emprendimiento en América de habla hispana. Se seleccionaron canales sobre emprendimiento en español y se analizaron los contenidos de los videos para comprender qué elementos del emprendimiento se consideran, cuál es el propósito del mensaje y cuál es el papel de la plataforma en la promoción del emprendimiento. Se utilizó una metodología cualitativa-interpretativa y se seleccionaron 44 videos publicados entre 2016 y 2018. Se realizaron observaciones sucesivas para clasificar los mensajes y contenidos según los elementos del emprendimiento discutidos en el marco teórico.

Resultados y discusión

Se analiza un conjunto de videos sobre emprendimiento empresarial publicados en diferentes canales de YouTube entre los años 2015 y 2018. Los videos abordan una variedad de temas relacionados con el emprendimiento, incluyendo formación, financiación, identidad y liderazgo, errores comunes y desarrollo de negocios rentables, entre otros. Los videos presentan diferentes tipos de contenido, como entrevistas a empresarios exitosos, tutoriales, videos animados y conferencias educativas.

Se destacan las categorías emergentes en relación con la orientación de los mensajes dirigidos al componente del emprendimiento, la empresa, la idea del negocio y la disponibilidad u obtención de recursos. Se mencionan algunas categorías, como el conocimiento sobre el ecosistema emprendimiento, la solución de conflictos, las estrategias, la evolución de la marca, la penetración y la declinación del negocio, así como el uso de tecnología como herramientas para negociar, gestionar y posicionar la marca.

Se menciona algunos videos específicos y su contenido, donde se ofrecen consejos y reflexiones para el emprendedor, ideas sobre emprendimiento y recomendaciones en el ámbito financiero, entre otros temas. Además, se destaca que el uso de la tecnología y las TIC son herramientas importantes para apoyar estrategias en procesos de producción y en la relación con clientes, y para lograr el éxito empresarial.

Los creadores de los videos buscan ofrecer ayuda práctica a la audiencia y contribuir a la supervivencia de la empresa o proyecto de emprendimiento, a madurar la idea del negocio y a

la disponibilidad u obtención de recursos, utilizando YouTube como plataforma intermediaria.

Conclusión:

el papel de YouTube en la promoción y el fomento del emprendimiento en América Latina. Según el estudio, YouTube es un espacio para consumir contenidos sobre emprendimiento y para su promoción, que incluye a emprendedores, instituciones, empresas emergentes de emprendimientos, youtubers e influencers. Además, facilita la identificación de la cultura del emprendimiento y aumenta el conocimiento emergente de los prosumidores, contribuyendo a la identidad e inspiración hacia el emprendimiento. La plataforma de YouTube es un espacio hipermediático que permite ver, oír y evidenciar el estímulo para emprender, intermediando hacia la cultura del emprendimiento. Al transferir conocimiento, YouTube es un espacio para informar y formar hacia el emprendimiento, lo que permite fortalecer el modelo de negocio de YouTube al involucrarse como intermediario en la transferencia de conocimiento. También se denota la intermediación de YouTube hacia la cultura del emprendimiento, con contenidos que promueven la adhesión a las dimensiones de identidad cultural, individualismo y comunalismo.

Preguntas:

Los emprendedores en el Ecuador utilizan alguna herramienta para difundir sus productos y/o servicios? que herramientas según su criterio es la que más utilizan, y por qué?

Sí, los emprendedores en Ecuador utilizan diversas herramientas para difundir sus productos y/o servicios. Según algunos estudios, las herramientas más utilizadas son las redes sociales, especialmente Facebook e Instagram, seguidas por WhatsApp y el correo electrónico. Los emprendedores consideran que estas herramientas les permiten llegar a un público más amplio y segmentado, generar interacción con sus clientes y recibir feedback sobre sus productos o servicios.

Como YouTube para difundir sus productos y servicios. Es posible que algunos emprendedores prefieran utilizar YouTube debido a su amplio alcance y facilidad para crear y compartir contenido de video. Además, YouTube también ofrece herramientas de análisis y métricas para ayudar a los emprendedores a evaluar el éxito de sus esfuerzos de difusión.

Qué factores impiden que los emprendimientos en el Ecuador no sean mayormente difundidos a la colectividad, tomando en cuenta el contexto de que no todos usan redes sociales para el efecto?

En cuanto a los factores que podrían impedir que los emprendimientos en Ecuador sean mayormente difundidos a la colectividad, tomando en cuenta el contexto de que no todos usan redes sociales para el efecto, podrían ser diversos. Podría haber limitaciones en la infraestructura tecnológica y acceso a internet en algunas áreas del país, lo que dificulta el acceso y uso de plataformas en línea como YouTube. Además, algunos emprendedores podrían carecer de habilidades y conocimientos necesarios para utilizar eficazmente estas herramientas de difusión en línea. También podría haber barreras lingüísticas o culturales que dificulten la conexión entre los emprendedores y su audiencia objetivo en la comunidad.