

ESTILO DE DIFUSIÓN y contenido en grupos de Facebook para mujeres emprendedoras de Quito

DISSEMINATION STYLE and content in groups of Facebook for women entrepreneurs of Quito

ESTILO DE DISSEMINAÇÃO e conteúdo em grupos do Facebook para mulheres empresárias de Quito

Dennisse Alejandra Vásquez¹

Universidad Hemisferios

davasconezt@estudiantes.uhemisferios.edu.ec

Fecha de recepción: 03 de abril de 2023

Fecha de recepción evaluador: 25 de abril de 2023

Fecha de recepción corrección: 29 de junio de 2023

¹ Dennisse Alejandra Vásquez, estudiante de 6to semestre de la carrera de Comunicación y Tecnologías de la Información de la Universidad Hemisferios. ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-4285-4074>

Resumen

El emprendimiento es un tema de gran importancia para la economía de un país, ya que su desarrollo impulsa el crecimiento y la innovación, Según Quezada, "El emprendimiento se refiere a la actividad de crear nuevas empresas o iniciar nuevas actividades en una empresa ya existente".

En este sentido, los negocios digitales y las redes sociales son herramientas esenciales para el emprendimiento en la actualidad, Los negocios digitales son aquellos que se desarrollan en el ámbito virtual y aprovechan las tecnologías de la información y la comunicación para su funcionamiento.

Yáñez indica que «Los negocios digitales han revolucionado el mundo empresarial, permitiendo la creación de nuevas formas de negocio y la aparición de nuevos modelos de negocio».

Existen distintos beneficios económicos de los grupos de Facebook para emprendedores mismos pues, estos grupos llegan a ser una herramienta valiosa para los ecuatorianos pues les permiten conectarse con otros empresarios y potenciales clientes. (BCE, 2021) Los grupos de Facebook pueden ayudar a estas empresas a conectarse con otros empresarios y potenciales clientes, lo que podría ayudar a impulsar la economía del Ecuador.

Por lo que en base a estos datos podemos decir que los grupos de Facebook son hoy en día una herramienta de trabajo que ayuda a los emprendedores, no solo a darse a conocer sino también a tener un contacto más directo con sus clientes, así mismo al crear o hacerse parte de un grupo en esta red social el emprendedor está ayudando a que tanto su emprendimiento como los de otros empiecen a ser reconocidos.

Palabras clave: emprendimiento; Facebook; Grupos

Abstract

Entrepreneurship is an issue of great importance for the economy of a country, since its development drives growth and innovation, According to Quezada, "Entrepreneurship refers to the activity of creating new companies or starting new activities in an existing company".

In this sense, digital businesses and social networks are essential tools for entrepreneurship today. Digital businesses are those that are developed in the virtual environment and take advantage of information and communication technologies for their operation.

Yáñez indicates that "Digital businesses have revolutionized the business world, allowing the creation of new forms of business and the emergence of new business models."

There are different economic benefits of Facebook groups for entrepreneurs themselves, since these groups become a valuable tool for Ecuadorians since they allow them to connect with other entrepreneurs and potential clients. (BCE, 2021) Facebook groups can help these companies connect with other entrepreneurs and potential customers, which could help boost Ecuador's economy.

Therefore, based on these data, we can say that Facebook groups are today a work tool that helps entrepreneurs, not only to make themselves known but also to have more direct contact with their clients, as well as by Creating or becoming part of a group in this social network, the entrepreneur is helping both his venture and those of others to begin to be recognized.

Keywords: entrepreneurship; Facebook; groups

Resumo

O empreendedorismo é um tema de grande importância para a economia de um país, pois seu desenvolvimento impulsiona o crescimento e a inovação, de acordo com Quezada, "Empreendedorismo refere-se à atividade de criar novas empresas ou iniciar novas atividades em uma empresa já existente".

Nesse sentido, os negócios digitais e as redes sociais são ferramentas essenciais para o empreendedorismo na atualidade. Negócios digitais são aqueles que são desenvolvidos no ambiente virtual e se valem das tecnologias de informação e comunicação para seu funcionamento.

Yáñez indica que "os negócios digitais revolucionaram o mundo dos negócios, permitindo a criação de novas formas de negócios e o surgimento de novos modelos de negócios".

Existem diferentes benefícios econômicos dos grupos do Facebook para os próprios empreendedores, pois esses grupos se tornam uma ferramenta valiosa para os equatorianos, pois permitem que eles se conectem com outros empreendedores e clientes em potencial. (BCE, 2021) Os grupos do Facebook podem ajudar essas empresas a se conectarem com outros empreendedores e clientes em potencial, o que pode ajudar a impulsionar a economia do Equador.

Assim, com base nestes dados, podemos afirmar que os grupos de Facebook são hoje uma ferramenta de trabalho que ajuda os empreendedores, não só a darem-se a conhecer, mas também a terem um contacto mais direto com os seus clientes, bem como a criar ou a aderir a um grupo nessa rede social, o empreendedor está ajudando tanto o seu empreendimento quanto o de outras pessoas a começarem a ser reconhecidos.

Palavras-chave: empreendedorismo; Facebook; grupos

Introducción

Las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para la difusión de contenido y el intercambio de información entre los usuarios. En particular, los grupos de Facebook han emergido como una plataforma popular para la creación de comunidades en línea, donde los usuarios. Según Smith y Johnson (2019), pueden interactuar y compartir contenido relacionado con sus intereses. Las redes sociales han demostrado ser una herramienta eficaz para la promoción de marcas y empresas, permitiendo a las organizaciones llegar a un público más amplio y aumentar su visibilidad en línea.

Desde su lanzamiento en 2004, Facebook ha evolucionado de una simple plataforma de redes sociales a una red global que conecta a más de 2.900 millones de personas. A lo largo de los años, la función de los grupos en Facebook ha evolucionado, y ahora se utilizan para diversos fines, como la organización de eventos, la discusión de temas de interés, la promoción de productos y servicios, y la colaboración en proyectos. (Corrales, 2018)

Antes de la llegada de las redes sociales, la difusión de un emprendimiento se realizaba principalmente a través de medios tradicionales siendo estos los medios impresos, la radio y la televisión. Estos eran costosos y no estaban al alcance de todos los emprendedores, por lo que era difícil para ellos hacerse notar en el mercado. Además, la difusión de un emprendimiento a través de estos medios tenía una audiencia reducida, ya que estas se limitaban a la ubicación geográfica del medio.

Con la llegada de las redes sociales, la difusión de los emprendimientos se ha democratizado, permitiendo a los emprendedores llegar a una audiencia global sin la necesidad de una gran inversión en publicidad. Las redes sociales han permitido a los emprendedores crear una presencia en línea y promocionar sus productos o servicios a través de diversas plataformas, lo que ha aumentado significativamente la visibilidad y el alcance de sus negocios. Además, las redes sociales han permitido a los emprendedores conectarse con su audiencia de manera más directa y personal, lo que ha llevado a un mayor compromiso y lealtad de los clientes. (Oirdobro, 2016)

Brookes (2019) destaca que las redes sociales son una herramienta poderosa para la mercadotecnia moderna, permitiendo a las empresas interactuar de manera más directa y personalizada con sus clientes. Por su parte, Fiorentino y Pireddu (2018) señalan que los grupos de Facebook son una forma efectiva de crear comunidades en línea y fomentar la participación de los usuarios. Zuccherino (2017) enfatiza en la importancia de crear

contenido atractivo y relevante para fomentar la participación de los usuarios en las redes sociales. Todos estos conceptos son relevantes para el presente proyecto, y nos permiten entender la importancia de los grupos de Facebook como una herramienta de promoción para mujeres emprendedoras en la ciudad de Quito.

Se busca explorar las mejores prácticas en la difusión de contenido y el estilo de comunicación utilizado en estos grupos, para entender cómo se puede mejorar la efectividad de estas herramientas en el emprendimiento femenino. En este sentido, se espera contribuir al desarrollo del emprendimiento femenino en la ciudad de Quito, a través del uso efectivo de las redes sociales y la creación de comunidades en línea.

Por otro lado, la cultura digital ha dado lugar a una mayor participación activa de los usuarios en la creación y circulación de contenido (Manovich, 2013). Gómez Nieto (2019) destaca la importancia de crear experiencias de marca más auténticas e interactivas en las redes sociales, lo que podría ser una oportunidad para que estas emprendedoras generen un mayor engagement con sus audiencias. Todos estos aspectos serán analizados en este proyecto, con el fin de entender el estilo de difusión y contenido en los grupos de Facebook para mujeres emprendedoras en la ciudad de Quito.

En el contexto de la ciudad de Quito, Ecuador, los grupos de Facebook se han convertido en un medio popular para que las mujeres emprendedoras difundan sus negocios y conecten con otras emprendedoras. En estos grupos, las mujeres pueden publicar información sobre sus productos o servicios, así como compartir consejos y estrategias de negocios. También pueden conectarse con otras emprendedoras para colaborar en proyectos y apoyarse mutuamente.

Por lo tanto, en el presente artículo se buscará reflexionar sobre el estilo de difusión y los contenidos en grupos de Facebook, para mujeres emprendedoras de la ciudad de Quito, cómo estas emprendedoras utilizan los grupos de Facebook para promocionar sus negocios y qué tipo de contenido utilizan para interactuar con otras emprendedoras y aumentar su visibilidad en línea.

Metodología

El enfoque metodológico es cualitativo, con el objetivo de explorar y comprender en profundidad el estilo de difusión y contenido en grupos de Facebook destinados a mujeres emprendedoras de la ciudad de Quito, se analizan los contenidos observados en grupos de Facebook lo que nos proporcionará una comprensión más profunda de cómo se lleva a cabo la difusión y qué tipo de contenido se comparte en los grupos de Facebook para mujeres emprendedoras en la ciudad de Quito. Estos hallazgos podrán ser útiles para mejorar las estrategias de difusión y generar contenido relevante que promueva el desarrollo y crecimiento de los emprendimientos de las mujeres en la ciudad.

Marco Referencial

El emprendimiento es un tema de gran importancia para la economía de un país, ya que su desarrollo impulsa el crecimiento y la innovación. Según Quezada (2018), "El emprendimiento se refiere a la actividad de crear nuevas empresas o iniciar nuevas actividades en una empresa ya existente" (p. 11). En este sentido, los negocios digitales y las redes sociales son herramientas esenciales para el emprendimiento en la actualidad.

Los negocios digitales son aquellos que se desarrollan en el ámbito virtual y aprovechan las tecnologías de la información y la comunicación para su funcionamiento. Yáñez (2016) indica que "Los negocios digitales han revolucionado el mundo empresarial, permitiendo la creación de nuevas formas de negocio y la aparición de nuevos modelos de negocio" (p. 10). En este sentido, las redes sociales juegan un papel fundamental en el desarrollo de los negocios digitales, ya que son un canal de comunicación directa con los clientes y una herramienta eficaz para la promoción y publicidad de estos.

Las redes sociales son plataformas digitales que permiten la comunicación, interacción y conexión entre personas e instituciones en todo el mundo. Según TreceBits (2016), "Facebook es la red social más grande del mundo, con más de 1.590 millones de usuarios activos mensuales" (p. 1). Las redes sociales se han convertido en un espacio idóneo para la creación de grupos de emprendedores que comparten información y recursos, generando un ambiente de colaboración y ayuda mutua para el desarrollo de sus negocios.

En el caso específico de los grupos de Facebook para emprendedores, diversas investigaciones han demostrado su impacto positivo en el desarrollo de negocios y emprendimientos en Quito, Ecuador. Según Ortiz et al. (2017), "los grupos de Facebook de emprendedores son un canal de comunicación muy útil para compartir información,

conocimientos y recursos, así como para establecer alianzas estratégicas" (p. 36). De igual forma, Segura (2018) indica que "los grupos de Facebook para emprendedores son una fuente valiosa de información, apoyo y motivación para las personas que están iniciando un negocio" (p. 22).

En cuanto al posicionamiento de marca en el mercado, es fundamental que las empresas realicen estrategias efectivas para lograrlo. Coca-Cola es un ejemplo de empresa que ha utilizado las redes sociales como herramienta para la promoción de su marca y para estar presente en la mente del consumidor. Según Marketing News (2018), "Coca-Cola ha desarrollado una estrategia de marketing en redes sociales basada en la creación de contenido atractivo y la interacción con los usuarios" (p. 1).

En relación con el emprendimiento femenino, diversas investigaciones han destacado la importancia de las redes sociales como herramienta para el desarrollo de negocios liderados por mujeres. Según Cruz et al. (2019), "Las redes sociales permiten a las mujeres emprendedoras conectarse con otras empresarias, compartir información y recursos, y obtener apoyo y orientación en el proceso de creación de su negocio" (p. 12).

Los grupos de Facebook son comunidades en línea que permiten a los usuarios conectarse con otros que tienen intereses similares. Los grupos pueden ser públicos o privados y pueden estar centrados en cualquier tema imaginable. Según una encuesta realizada por Facebook, más del 1.4 mil millones de personas utilizan grupos de Facebook cada mes. (Facebook, 2019)

Uso de grupos de Facebook por parte de emprendedores

Los emprendedores utilizan los grupos de Facebook para conectarse con otros en su campo, obtener retroalimentación sobre sus productos y servicios, y promocionar sus negocios. Según una encuesta realizada por Facebook, el 57% de los dueños de pequeñas empresas en Estados Unidos utilizan grupos de Facebook para conectarse con otros empresarios. (Facebook, 2020).

Existen distintos beneficios económicos de los grupos de Facebook para emprendedores mismos pues, estos grupos llegan a ser una herramienta valiosa para los ecuatorianos pues les permiten conectarse con otros empresarios y potenciales clientes. Los grupos de Facebook también pueden ayudar a los emprendedores a promocionar sus productos y servicios a una audiencia más amplia. Según el Banco Central del Ecuador, las micro y pequeñas empresas son responsables del 90% de los empleos generados en el país. (BCE, 2021) Los grupos de Facebook pueden ayudar a estas empresas a conectarse

con otros empresarios y potenciales clientes, lo que podría ayudar a impulsar la economía del Ecuador.

Por lo que en base a estos datos podemos decir que los grupos de Facebook son hoy en día una herramienta de trabajo que ayuda a los emprendedores, no solo a darse a conocer sino también a tener un contacto más directo con sus clientes, así mismo al crear o hacerse parte de un grupo en esta red social el emprendedor está ayudando a que tanto su emprendimiento como los de otros empiecen a ser reconocidos.

Conclusiones

Las redes sociales son parte del día a día de las personas debido a que estamos en una época digitalizada, por esto las aplicaciones como Facebook que ofrecen la creación de grupos para crear comunidades han sido un gran apoyo para las personas que deciden empezar su propio negocio, pues así no solo logran llegar a más personas, sino que reciben el apoyo de los otros miembros de los grupos.

Una de las mejores cosas de los grupos de emprendedores de Facebook es su accesibilidad y facilidad de uso pues los usuarios pueden unirse a estos grupos con unos pocos clics y obtener acceso a una comunidad activa y atractiva de compañeros emprendedores. Este acceso les permite conectarse con personas de ideas afines, compartir sus experiencias y aprender de las mejores prácticas en el entorno empresarial.

Además, estos grupos proporcionan una plataforma para difundir ideas y promover proyectos empresariales. Los emprendedores pueden presentar su producto, servicio o concepto comercial a una audiencia interesada y recibir comentarios valiosos que pueden ayudarlos a refinar y mejorar sus ofertas. Esta retroalimentación directa puede ser esencial para el crecimiento y desarrollo de su negocio.

Otro aspecto importante de este tipo de grupos en Facebook es su capacidad para facilitar la colaboración y la creación de redes. Además, estos grupos a menudo organizan eventos, seminarios web y cursos de capacitación que permiten a los empresarios ampliar sus conocimientos y habilidades y establecer conexiones valiosas en el ecosistema empresarial.

Sin embargo, cabe señalar que los grupos de emprendedores en Facebook también enfrentan algunos desafíos, pues gran cantidad de información disponible puede ser abrumadora, y los emprendedores deben ser cautelosos y seleccionar cuidadosamente los recursos y consejos que reciben. Además, la calidad de la interacción y el nivel de compromiso pueden variar según el grupo, por lo que es esencial encontrar aquellos que ofrezcan una comunidad sólida y activa.

En resumen, los grupos de emprendimiento en Facebook brindan a los emprendedores una plataforma única para conectarse, colaborar y aprender unos de otros. Estos grupos ofrecen acceso a una red diversa de personas con ideas afines, así como a valiosos recursos y oportunidades de desarrollo profesional.

Hemos notado que las mujeres son quienes más se han arriesgado a emprender y es por eso por lo que el apareamiento de grupos de emprendedoras en Facebook no solo las ayuda a promocionar sus productos, sino que también ha sido demostrado que se ocupan como medio comunicacional entre empresarias o aquellas emprendedoras que han logrado sacar adelante con éxito sus proyectos, lo que es beneficioso para todas las personas que están pensando en empezar su negocio propio, pero no tienen una guía clara.

Bibliografía

- Anabel, Q. E. (2021). Análisis de la difusión en los medios de comunicación sobre proyectos comunitarios de emprendimiento. Caso: programa pequeñas donaciones PNUD Ecuador 2017 – 2018 . Obtenido de dspace: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/25142/1/FACSO-CCS-QUEZADA%20DANIELA.pdf>
- Anabel, Q. E. (2021). *UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL P.* Obtenido de UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL P: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/25142/1/FACSO-CCS-QUEZADA%20DANIELA.pdf>
- ROJAS, K. E. (Febrero de 2019). *Pontifica Universidad Católica del Ecuador matriz facultad de ciencias administrativas y contables.* Obtenido de Pontifica Universidad Católica del Ecuador matriz facultad de ciencias administrativas y contables: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/16720/TRABAJO%20DE%20TITULACIÓN%20%20Katherine%20Elizabeth%20Yáñez%20Rojas.pdf?squence=1&isAllowed=y>
- MARIDUEÑA, A. G. (2020). *UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL.* Obtenido de UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/3515/1/T-ULVR-3094.pdf>
- Trejo, E. D. (Diciembre de 2017). *UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL .* Obtenido de UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL : <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/13781/1/T-UCE-0009-068-2017.pdf>
- Combettes, P. L., & Pesquet, J.-C. (Agosto de 2020). *ResearchGate.* Obtenido de Fixed Point Strategies in Data Science: https://www.researchgate.net/publication/343470704_Fixed_Point_Strategies_in_Data_Science
- W. Brookes, R. (2019). La Nueva Mercadotecnia. En R. W. Brookes, La Nueva Mercadotecnia (pág. 22). México: McGraw-Hill.
- W. Brookes, R. (2019). La Nueva Mercadotecnia. En R. W. Brookes, La Nueva Mercadotecnia (pág. 145). México: McGraw Hill.

- Manovich, L. (2001). El Lenguaje de los Nuevos Medios de Comunicación. En L. Manovich, El Lenguaje de los Nuevos Medios de Comunicación (pág. 72). Massachusetts: MIT Press.
- Fiorentino, G., & Pireddu, M. (2015). La Galaxia Facebook. En G. Fiorentino, & M. Pireddu, La Galaxia Facebook (pág. 102). Roma: Meltemi Editore.
- Fiorentino, G., & Pireddu, M. (2015). La Galaxia Facebook. En G. Fiorentino, & M. Pireddu, La Galaxia Facebook (pág. 102). Roma: Meltemi Editore.
- Manovich, L. (2001). El Lenguaje de los Nuevos Medios de Comunicación. En L. Manovich, El Lenguaje de los Nuevos Medios de Comunicación (pág. 183). Massachusetts: MIT Press.
- Zuccherino, S. (2017). Social Media Marketing. En S. Zuccherino, Social Media Marketing (pág. 67). Madrid: Pearson.
- Zuccherino, S. (2017). Social Media Marketing. En S. Zuccherino, Social Media Marketing (pág. 92). Madrid: Pearson.
- Gómez Nieto, B. (2019). La Nueva Publicidad. En B. Gómez Nieto, La Nueva Publicidad (pág. 77). Madrid: ESIC.
- Gómez Nieto, B. (2019). La Nueva Publicidad. En B. Gómez Nieto, La Nueva Publicidad (pág. 125). Madrid: ESIC.
- Ron, R., Álvarez, A., & Patricia, N. (2013). Smartphones y tablets ¿enseñan o distraen? Madrid: Editorial Popular.
- Alarcos, T. (2021). Emprendedoras. Barcelona: Plataforma.
- Alvarez Vásquez, C. A., Muñoz Jaime, L. P., Morán Chilán, J. H., Merchán Nieto, L. C., & Conforme Cedeño, G. M. (2019). Las ideas de negocios, el emprendimiento y el marketing digital. 3Ciencias.