



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
MODALIDAD PRESENCIAL**



**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE  
GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**ANÁLISIS DE LA RED SOCIAL INSTAGRAM COMO MEDIO DE  
PUBLICIDAD**

**AUTORA:**

**GENESIS DAYANA MANJARRES JUSTILLO**

**TUTORA:**

**NURIK DENISSE FARIÑO SÁNCHEZ**

**BABAHOYO - ECUADOR**

**2021**

## **Resumen**

El presente trabajo de investigación fue basado Analizar el contenido de los emprendedores de venta de ropa y calzado de la Provincia de Los Ríos en la red social Instagram, con el objetivo de determinar cuál formato de contenido genera mayor interacción, para poder obtener la meta establecida, fue necesario conocer más sobre las redes sociales, sobre emprendimiento y marketing y publicidad, además también fue necesario analizar el uso que los emprendedores le dan a Instagram, para el manejo de contenido que ellos dan. Las técnicas que fueron utilizadas fue mediante una observación de sus cuentas de Instagram y una entrevista, el cual permitieron abstraer más información de primer mano sobre el tema de interés, en este análisis de caso queda expuesto que el motivo de emprender, es la crisis y la falta de trabajo en el país, agregando a esto también se expone del porque ellos eligen la red social Instagram como medio de publicidad. Instagram es una plataforma que con el pasar del tiempo seguirá creciendo, debido a que este se desarrolló para dispositivos móviles. Esto permite el fácil manejo para los emprendedores, desde la realización de sus perfiles de empresa, hasta el uso de las herramientas, pueden utilizar también su cuenta desde diferentes lugares y horarios para así poder tener una atención adecuada a sus clientes.

### **Palabras claves**

Instagram, emprendedores, publicidad, marketing

## **SUMMARY**

This research work was based on Analyzing the content of entrepreneurs selling clothing and footwear in the Province of Los Ríos on the social network Instagram, in order to determine which content format generates more interaction, in order to obtain the goal established, it was necessary to know more about social networks, about entrepreneurship and marketing and advertising, in addition it was also necessary to analyze the use that entrepreneurs give to Instagram, for the management of content that they give. The techniques that were used were through an observation of their Instagram accounts and an interview, which allowed to abstract more first-hand information on the topic of interest, in this case analysis it is exposed that the reason for undertaking is the crisis and the lack of work in the country, adding to this is also exposed why they choose the social network Instagram as a means of advertising. Instagram is a platform that will continue to grow over time, because it was developed for mobile devices. This allows easy management for entrepreneurs, from the realization of their company profiles, to the use of tools, they can also use their account from places and times in order to have adequate attention to their customers.

### **Keywords**

Instagram, entrepreneurs, advertising, marketing

## **CONTENIDO**

<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>II. DESARROLLO.....</b>	<b>2</b>
<b>2.1 Justificación.....</b>	<b>2</b>
<b>2.2 Objetivo: .....</b>	<b>2</b>
<b>2.3 SUSTENTOS TEÓRICOS .....</b>	<b>2</b>
<b>2.4 TÉCNICAS APLICADAS .....</b>	<b>6</b>
<b>2.5 RESULTADOS OBTENIDOS .....</b>	<b>7</b>
<b>III. CONCLUSIONES.....</b>	<b>9</b>
<b>IV. Bibliografía .....</b>	<b>1</b>
<b>V. Anexos.....</b>	<b>3</b>

## I. INTRODUCCIÓN

La red social Instagram se ha concretado en los últimos diez años y más con la pandemia como una de las redes sociales con más presencia en el área digital, uno de sus secretos pudiera estar en que se trata de una red donde la publicidad no tiene un carácter en específico, puesto a que el propio usuario de la red social es el que decide su manera de hacer las publicidades, está en toda la libertad de poder preferir o querer estar generando una capacidad de interacción y captación por parte de sus seguidores.

El presente trabajo solicita de un estudio de carácter cualitativo, con la única intención de recolectar la información que permita juntar datos que sirvan para el cumplimiento del tema planteado, el análisis del contenido de los emprendedores de venta de ropa y calzado de la Provincia de los Ríos en la red social Instagram, para así poder concluir que formato genera mayor interacción, y que tipo de contenido suben cada uno de ellos.

El presente trabajo pertenece a La línea de investigación “educación y sociedad” de la Universidad Técnica de Babahoyo aplicada a “comunicación intercultural y participativa” perteneciente la facultad de Ciencia Sociales, Jurídicas y de la Educación dirigida a la sublínea de investigación “innovación y nuevas tecnologías en comunicación” de la carrera de comunicación social.

## **II. DESARROLLO**

### **2.1 Justificación.**

Actualmente las redes sociales, son parte de la vida diaria de las personas, ya sea para entretenerse, acoger información o para hacer alguna compra online muchos de los usuarios acogen a Instagram como medio para emprender un negocio en línea. Sin embargo hoy en día muchos de los emprendedores utilizan formatos para su contenido, y por ende tener mayor alcance, pero no todos saben que formato es el que atrae mayor interacción a su página.

Instagram es una plataforma que seguirá creciendo debido a que fue diseñada para dispositivos móviles. Esto permite a los jóvenes emprendedores y empresarios utilizar su cuenta de negocios desde diferentes lugares y horarios para brindarle la atención adecuada a la misma. La viabilidad de este trabajo de investigación ha sido muy accesible, desde la obtención de información en los perfiles empresariales hasta la entrevista online a los emprendedores.

Los beneficiarios son los mismos emprendedores y los nuevos emprendedores que vayan crear un negocio en Instagram y así poder beneficiarlo en conocer que formato atrae mayor alcance a su perfil empresarial.

### **2.2 Objetivo:**

Analizar el contenido de los emprendedores de venta de ropa y calzado de la Provincia de Los Ríos en la red social Instagram, para determinar cuál formato de publicación genera mayor interacción.

### **2.3 SUSTENTOS TEÓRICOS**

#### **Las Redes Sociales**

En estos sustentos teóricos se recopilarán datos en donde se darán conocer sobre las redes sociales con recopilación de datos y con criterios fundamentales.

Las redes sociales son medios digitales que permiten a los internautas diseñar y visualizar su perfiles de redes a partir de las opciones de compartir texto, imágenes, música, y entre otros contenidos, que promuevan una relación de información con usuarios de la red( Lara-Navarra, López-Borrull , Sánchez-Navarro, & Yànez, 2018)

En la actualidad hay muchas definiciones sobre las redes sociales como en teoría ¿qué son? y ¿para qué son las redes?, pero existe un poco de confusión en las mismas, ya que gran parte de autores coinciden en que las redes sociales es un sitio web que permite a los usuarios a relacionarse, compartir información, comunicarse entre otras cosas o como también que las utilicen como herramienta para crear información ( Urueña, Ferrar, Blanco, & Valdecasa, 2011, pág. 12)

En la actualidad las redes sociales han evolucionado de una manera fantástica, como se observa que hasta los medios de comunicación se trasladaron a las redes, ya que su influencia es muy alta esta también permite aprovechar nuevas oportunidades, que estas brindan para acceder de manera fácil al crear perfiles de negocio, para aquellos emprendedores. Existen varios tipos de redes sociales como son: Facebook, Instagram, twitter, Pinterest, tiktok entre otras, te mencionare dos de ellas.

### **Facebook**

Es una de las redes sociales más utilizada por los usuarios ya que esta permite la comunicación con amigos y familia, también permite compartir fotos y videos, esta red social también es utilizada para crear perfiles empresariales.

Hoy por hoy Facebook se va transformando en un micro sitio de búsqueda más fuerte en redes, ya que los cibernautas prefieren terminar con todas las posibilidades de búsqueda en la red social que introducirse a Google hacer una búsqueda.(Sepúlveda, 2020)

### **Instagram**

Instagram es una plataforma que se puede utilizar dentro de una estrategia integral de social media, para poder lanzar nuevos productos o ya sean promociones, obtener más visibilidad poder construir una imagen de marca y así poder encontrar una nueva audiencia que sea fiel a nuestro perfil(Ramos, 2015, pág. 4)

Las imágenes contribuyen al espectador a lograr un entendimiento coherente más rápido; y así crean significados y fomentan la interacción (González, 2017/2018)

Algunas de las ventajas que se obtienen al tener un perfil corporativo en Instagram es que genera acceso inmediato a estadísticas, que permiten analizar de una manera más fácil para las empresas quienes son sus

seguidores y por lo tanto sus clientes potenciales( Gutiérrez Cepeda & Alvarado Romero, 2019, pág. 12)

### **Tipos de Publicidad en Instagram**

Los tipos de publicidad que Instagram ofrece son varios, como es la imagen, los videos, los reels, Instagram tv, Instagram story, carrusel, las tiendas online, entre otras.

La publicidad se ha servido de esa forma de ser que nos caracteriza desde siempre: la adquisición de un producto porque nos lo ha recomendado un amigo. ¿Hay algo mejor que alguien a quien sigues recomendándote algo a diario?(Pérez, 2019, pág. 23)

Siempre un buen contenido de publicación atraerá más a los usuarios y así poder tener mayor alcance en tu perfil.

### **Instagram para una estrategia de marketing online**

Todo contenido que obtenga algún componente visual (fotografías e infografías, videos) sobrepasa a toda costa el texto, con esto se quiere decir que los usuarios responden más rápido a lo visual y de buena resolución, es por esto que se debe de realizar los contenidos muy atractivos, para que así, tengas mayor interacción entre tu página y los usuarios. “Las imágenes ayudan al espectador a lograr coherencia más rápido; crean significado y fomentan la interacción”(González, 2017, pág. 16)

(González, 2017) Dice que esto es lo que la red social Instagram ha provocado, desde sus principios ha intentado adecuarse a la gran demanda que causa los usuarios y trata de crear posibilidades para que permita la interacción entre los usuarios y para que las marcas cada día sea más efectiva.

### **Publicidad online**

La publicidad online es la que se maneja mucho ahora en la actualidad, en los diferentes tipos de redes sociales, para hacer una buena publicidad, se debe de hacer un buen estudio psicológico a los usuarios para así poder conocer sus intereses, y lo que realmente están buscando.

La publicidad digital se caracteriza por ofrecer variados formatos en los cuales las empresas pueden comunicar sus ideas y estrategias al público que desean. Al final, esta es una de las grandes ventajas de la publicidad

digital, el alcance y personalización que se le puede dar a la promoción de los productos(Montenegro, 2018, pág. 15/16)

La publicidad digital camina junto con la gran expansión de internet, es por ello que se ha trasladado igual con los usuarios de plataforma en plataforma, como por ejemplo: a medida que los cibernautas viajan de una aplicación a otra, la publicidad digital por ende también lo hace(Laines, 2016)

Se ha considerado a la publicidad con herramienta de convencimiento, influyéndose en el comportamiento de los consumidores, estas técnicas se han usado desde siempre en la historia de la humanidad, pero los que han sufrido cambios son los medios en que se lo transmite(Ayala Parra & Anchundia Almeida, 2019, pág. 17)

La publicidad digital se la conoce por brindar varios formatos de contenido, para que así las empresas o emprendedores online puedan hacer sus respectivas publicidades. También la publicidad en si es una estrategia de marketing, para así promocionar tu producto o servicio dependiendo de lo que se vas a vender, esto es para que la los usuarios conozca más de lo que estas ofreciendo.

### **Marketing digital**

“El marketing digital es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. Todas las técnicas del mundo off-line son imitadas y traducidas a un nuevo mundo, el mundo online”(Viteri Luque & Herrera Lozano, 2018, pág. 5)

En efecto es importante tener en cuenta que en la actualidad estamos en la era digital y por ende el marketing se integra a lo digital para así dar repuestas a los clientes, usuarios y a los respectivos consumidores, para así proporcionar una buena interactividad entre los perfiles empresariales y sus clientes, los productos y servicios, con las posibilidades de compra y venta(Delgado, 2018)

“El marketing también incluye un conjunto de procesos donde estas actividades que se realizan deben seguir un orden paso a paso donde identificar oportunidades de mercado, ayudara a identificar necesidades y deseos de un determinado grupo de individuos”(Vera, 2019, pág. 34)

## **Emprendedores**

El emprendedor se lo puede considerar como parte fundamental para el progreso de un país, porque este ayuda al desarrollo del mismo, Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) el cual es un reporte de emprendimiento generado por la Universidad Francisco Marroquín, destaca que el emprendimiento es un manejo de paso a paso en donde el emprendedor por medio de métodos de pruebas y errores, descubren nuevas formas de poder administrar y combinar los recursos para así poner en machar el negocio que se han planeado(GEM, 2017)

Para que un ser humano tenga una capacidad de emprendedor o de iniciar un emprendimiento o algún proyecto que tenga en mente, debe enfrentarse a los nuevos retos y ayudándose con energía positiva con entusiasmo y con ganas de avanzar, de esta manera todas las actividades, funciones o tareas que se le venga en cima el emprendedor ya tiene una posición firme en afrontar las cosas, esto más sucede a principios de emprender

El emprender es brindar un servicio o producto que en primer lugar se haya creado y pensado varias veces en la mente, también el poder haberlo materializado y brindado a quienes los estén buscando, pero emprender también es ser lo suficientemente hábil para que las personas adopte lo que uno está ofreciendo(Grivas, 2020)

En pocas palabras un emprendedor es aquella persona que tiene en mente una idea de negocio y el cual lo pone en marcha, siempre y cuando tenga los recursos económicos para así poder levantar su negocio.

### **2.4 TÉCNICAS APLICADAS**

En el presente estudio de caso se utilizó más de un método para así poder recopilar la información que se necesita para analizar sobre el contenido de los emprendedores de venta de ropa y calzado de la Provincia de Los Ríos en la red social Instagram, para determinar cuál formato de contenido genera mayor interacción. El método que se utilizó en la investigación es cualitativo, este se realizó por medio de análisis por lo siguiente poder resumir la información.

## **Tipo de investigación**

Cualitativo, porque permite establecer una interpretación de los resultados obtenidos.

## **Técnica de investigación**

Ficha de observación, se realizó una ficha de observación en el cual se seleccionan cinco emprendimientos de la Provincia de los Ríos en donde se detallan ciertos aspectos en cuanto al manejo y utilización de la página para la publicación de contenidos. Dentro de la ficha de observación que se realizó están, número de publicaciones, si tienen jerarquía al momento de publicar, la buena utilización de las fotografías, el uso de videos, reels, historias, likes, comentarios.

Entrevista se realizó a los cinco emprendedores, con el objetivo de conocer su motivación y del porque están emprendiendo y también de porque eligieron a Instagram como medio de publicidad para su emprendimiento.

## **2.5 RESULTADOS OBTENIDOS**

Con la intención de cumplir con el objetivo propuesto en el trabajo de investigación de Análisis de caso, se obtuvo la información de fuente confiable, por lo que la entrevista se realizó a los mismos usuarios de sus páginas y dueños de sus emprendimientos.

Las entrevistas fueron directamente con los propietarios de la red social, quienes dieron a conocer todos los procesos para publicación y del porque decidieron emprender. Mediante la observación de las páginas en Instagram, se llegó a un consenso en donde todas las paginas observadas, contienen imágenes, aunque unas que otras no agregan videos a sus páginas, tampoco existe un cronograma específico de publicación, en ciertas paginas si agregan texto al pie de la foto.

También se observó que no todas las páginas contienen gif, reels, ni Instagram tv, tienda online, pero si se rescata el buen uso de la fotografía, iluminación y la buena resolución de las fotos subidas a la página, la composición en [dolcechic.ec](#), [onlyforyou](#) y [Sweet\\_fashionyc](#) es buena, [Roussliss](#) y [guedescompany](#) mucho de su contenido la composición no es buena, en [guedescompany](#) ciertas publicaciones están correctamente, en cuanto [Roussliss](#) es muy poco su buen uso de la fotografías en su contenido, y no contienen comentarios y pocos likes, en lo que es contexto estas dos cuentas y agregando a [Sweet\\_fashionyc](#) su contexto no existe.

El medio que se utilizó para realizar Las entrevistas Es la aplicación meet, las personas entrevistadas fueron: Rosa Cando de “roussliss” Michelle Guedes de “guedescompany” Génesis Guayaquil de “sweet\_fashionyc” Mariam Vicuña de “onlyforyou\_ec” y Saray Lucas de “dolcechic” en donde permitieron adquirir un poco más de información y fue muy accesible. Las estrategias que los emprendedores han desarrollado en marketing online son los videos y fotos e Instagram story, links, cadenas comerciales, Sorteos y promociones publicar los productos de forma transparente y así poder llegar a su mercado objetivo y la estrategia de publicidad en guedescompany es la utilización de la psicología del color.

Instagram ofrece muchas más herramientas para hacer publicaciones comerciales como lo son: reels, Instagram tv, la tienda online, Hacen uso de aplicaciones como canva para edición de su contenido y lo realizan de una forma sencilla para que el cliente no se quede con otra expectativa de lo que compra. Otro punto que se resaltó es para que su contenido resulte atractivo, tratan de crear el contenido, con stikers y músicas de fondo para que este llegue a su mercado objetivo.

### III. CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos en el análisis de caso, permite llegar a las siguientes conclusiones.

- Todos los emprendedores tienen su negocio relacionado a la venta de productos y servicios. Instagram es utilizado como medio de publicidad digital no olvidemos que para crear una cuenta de negocio en Instagram esta debe estar vinculada a Facebook. Crean Instagram para así poder exhibir sus productos, esto hace la adecuada utilización de la red social, para iniciar un perfil de negocio, ya que las redes sociales se han convertido, en un medio para empresas que se dedican a la venta de productos, Instagram es una muy buena red social si el mecanismo está relacionado a la imagen y creatividad, recordemos que un buen diseño atraerá al usuario.
- Se demostró también que algunos de los emprendedores no hacen buen uso de los formatos a la hora de publicar en Instagram, de igual forma se observaron los perfiles y se puede deducir que los únicos formatos que utilizan son las imágenes y los Instagram story más no agregan videos, reels, Instagram tv, no contienen la tienda online y por ende es poca la interacción y el alcance de likes y comentarios. Recordemos que Instagram es un medio móvil y económico, el Cual este les permite crear una relación cercana entre su perfil empresarial y sus clientes.

## I. Bibliografía

- Gutiérrez Cepeda, C. A., & Alvarado Romero, A. G. (2019). *Estudio acerca de las estrategias de marketing digital basadas en la cuenta de instagram de la marca Bershka*. Bogotá, Colombia: Universidad el Bosque. Obtenido de <https://repositorio.unbosque.edu.co/handle/20.500.12495/3052>
- Lara-Navarra, P., López-Borrull, A., Sánchez-Navarro, J., & Yànez, P. (2018). Medición de la influencia de usuarios en redes sociales: Propuesta socialengagenmen. *profesional de la iformación*, 10. Obtenido de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2018.jul.18/40591>
- Urueña, A., Ferrar, A., Blanco, D., & Valdecasa, E. (2011). *Las Redes Sociales en Internet*. ONTSI. Obtenido de <https://www.ontsi.red.es/es/estudios-e-informes/Hogares-y-ciudadanos/Estudio-sobre-el-conocimiento-y-uso-de-las-Redes-Sociales>
- Ayala Parra, G. J., & Anchundia Almeida, A. A. (2019). *la publicidad como estrategia de venta en la red social Instagam*. Milagro, Ecuador : Universidad Estatal de Milagro . Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/4994>
- Delgado, N. M. (2018). *Marketing digital: una herramienta para potenciar y promocionar las Mypimes en el ámbito internacional*. Quito, Ecuador: Universidad Internacional del Ecuador. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6865402>
- Galán, J. S. (30 de 11 de 2015). *Ecomipedia*. Obtenido de Emprendedor : <https://economipedia.com/definiciones/emprendedor.html>
- GEM. (2017). GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). *Mmonitor global de emprendimiento*. Universidad Francisco Marroquín, Guatemala. Obtenido de [https://gem.ufm.edu/wp-content/uploads/2017/11/Reporte-Nacional-2016\\_2017.pdf](https://gem.ufm.edu/wp-content/uploads/2017/11/Reporte-Nacional-2016_2017.pdf)
- González, A. B. (2017). *Marcas de emprendedores de moda,¿cómo utilizan Instagram en sus estrategias de marketing online? Casos de estudio en España*. Barcelona, España: universidad Autónoma de Barcelona. Obtenido de <https://recercat.cat/handle/2072/336549>

- Grivas, A. C. (2020). *El emprendedor omnisciente: El arte de emprender sabiamente*. Buenos Aires : Autores de Argentina . Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=MXoEEAAAQBAJ&pg=PT124&dq=emprendedor&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjQrYrZirvAhWJrkGHaqbDJIQ6AEwAXoECAkQAg#v=onepage&q=emprendedor&f=false>
- Laines, P. (09 de 2016). *Ilifebelt*. Obtenido de Ilifebelt: <https://ilifebelt.com/la-publicidad-digital-formatos-pauta-existen/2016/09/>
- Montenegro, N. M. (2018). "*Análisis de la red social Instagram como una herramienta de publicidad y comunicación digital en jóvenes emprendedores*". Gatemala de la asunción: UNniversidad Rafael Landivár. Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/05/01/De-la-Vega-Nicolle.pdf>
- Pérez, P. T. (2019). "*Publicidad encubierta en Instagram*". SEGOVIA: UNIVERSIDAD DE VALLADOLID. Obtenido de <https://core.ac.uk/search?q=%E2%80%9CPublicidad%2Bencubierta%2Ben%2BInstagram%E2%80%9D>.
- Ramos, J. (2015). *Instagram para empresas*. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=SveBCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=qu%C3%A9+es+instagram&ots=TAM3N5gHX-&sig=JINjHJWNYrIJt82gpXUT00hp0lo#v=onepage&q=qu%C3%A9%20es%20instagram&f=false>
- Sépúlveda, A. (4 de 1 de 2020). *Importancia de la red social Facebook para Pymes*. Obtenido de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/facebook-para-pymes/>
- Vera, G. A. (2019). *El marketing digital como herramienta de promoción de la empresa dmr power en redes sociales*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/46721>
- Viteri Luque, F. E., & Herrera Lozano, L. A. (2018). Importancia de las Técnicas del Marketing Digital. *ReciMundo*, 21. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6732914>

## II. ANEXOS

ficha de observación de los últimos 2 meses	<b>Roussliss</b>		<b>RED SOCIAL</b>
	Seguidores	95	
	Numero de seguidos	360	
	<b>Link:</b> <a href="https://instagram.com/candoespin?igshid=1gx993xtnol8a">https://instagram.com/candoespin?igshid=1gx993xtnol8a</a>		<b>Instagram</b>
			X
	Numero de publicaciones	7	X
	<b>Reacciones</b>		X
	Fotografías	Si	
	Video	No	
	Gif	Si	
	Historias	No	
	reels	No	
	Instagram tv	No	
	<b>Total</b>	39	
	<b>Comentarios</b>	No	
Mensajes directos	Respuesta no inmediata	X	
Contextualización	No contiene	X	
Pie de foto	No		

ficha de observación de los últimos 2 meses	<b>GUEDESSCOMPANY</b>		<b>RED SOCIAL</b>
	Seguidores	231	
	Numero de seguidos	155	
	<b>Link:</b> <a href="https://instagram.com/guedescompany?igshid=185ffa4dmrd6a">https://instagram.com/guedescompany?igshid=185ffa4dmrd6a</a>		<b>Instagram</b>
			X
	Numero de publicaciones	1.053	X
	<b>Reacciones</b>		X
	Fotografías	Si	
	Video	No	
	Gif	Si	
	Historias	Si	
	reels	No	
	Instagram tv	No	
	<b>Total</b>		
	<b>Comentarios</b>	No	
Mensajes directos	Respuesta inmediata	X	

	Contextualización	No contiene	X
	Pie de foto	No	

ficha de observación de los últimos dos meses	<b>DOLCECHIC.EC</b>		<b>RED SOCIAL</b>
	Seguidores	343	
	Numero de seguidos	270	
	<b>Link:</b> <a href="https://instagram.com/dolcechic.ec?igshid=58m1uhiis55k">https://instagram.com/dolcechic.ec?igshid=58m1uhiis55k</a>		<b>Instagram</b>
			X
	Numero de publicaciones	466	X
	<b>Reacciones</b>		X
	Fotografías	Si	
	Video	No	
	Gif	No	
	Historias	Si	
	reels	No	
	Instagram tv	No	
	<b>Total</b>	466	
	<b>Comentarios</b>	No	
Mensajes directos	Respuesta inmediata	X	
Contextualización	Regular	X	
Pie de foto	Si		

ficha de observación de los últimos dos meses	<b>ONLYFORYOU.MV</b>		<b>RED SOCIAL</b>
	Seguidores	764	
	Numero de seguidos	129	
	<b>Link:</b> <a href="https://instagram.com/onlyforyou.mv?igshid=s1l8sjx02p1f">https://instagram.com/onlyforyou.mv?igshid=s1l8sjx02p1f</a>		<b>Instagram</b>
			X
	Numero de publicaciones	17	X
	<b>Reacciones</b>		X
	Fotografías	Si	
	Video	No	
	Gif	No	
	Historias	Si	
	reels	No	
	Instagram tv	Si	
	<b>Total</b>	17	
	<b>Comentarios</b>	No	
Mensajes directos	Respuesta inmediata	X	
Contextualización	Regular	X	

	Pie de foto	Si	
--	-------------	----	--

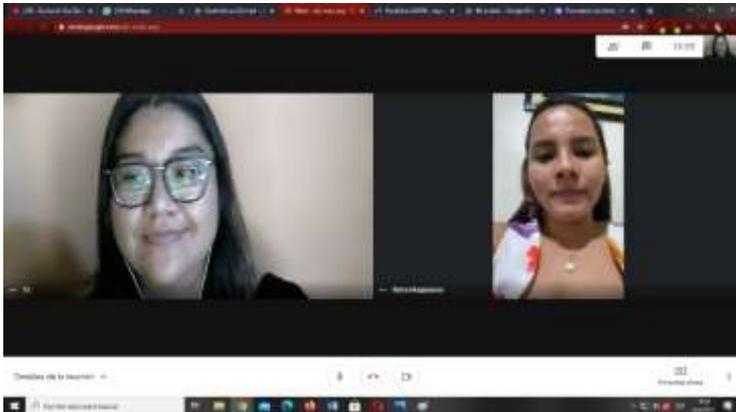
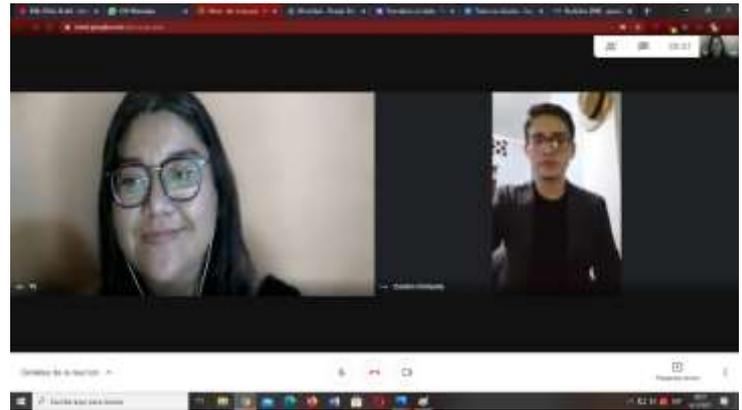
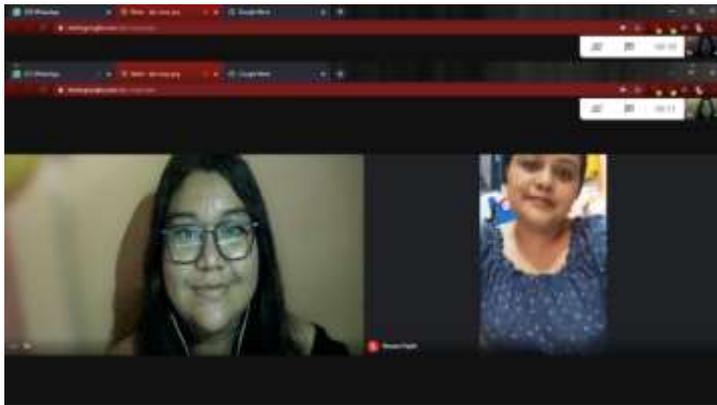
<b>ficha de observación de los últimos dos meses</b>	<b>SWEET_FASHIONYC</b>		<b>RED SOCIAL</b>
	Seguidores	209	
	Numero de seguidos	10	
	<b>Link:</b> <a href="https://instagram.com/girly_moon.ec?igshid=1aeaspxij3wl8">https://instagram.com/girly_moon.ec?igshid=1aeaspxij3wl8</a>		<b>Instagram</b>
			X
	Numero de publicaciones	7	X
	<b>Reacciones</b>		X
	Fotografías	Si	
	Video	No	
	Gif	No	
	Historias	Si	
	reels	No	
	Instagram tv	Si	
	<b>Total</b>	7	
	<b>Comentarios</b>		X
Mensajes directos	Respuesta inmediata		
Contextualización	Regular		
Pie de foto	No		

Ficha de observación de las fotografías de los perfiles empresariales en Instagram

Nombre de la página	Fotografía	Contexto	iluminación	Resolución	Composición
roussliss		no	Si	Si	No
guedescompany		No	Si	Si	No
Dolcechic.ec		si	Si	si	Si
onlyforyou		Si	Si	Si	Si



## Entrevista online con los emprendedores



Entrevista

<b>Entrevistado:</b> Rosa Cando <b>Página de Instagram:</b> Roussliss <b>Observación:</b> dueña de la página	
1. ¿Quién eras y qué hacías antes de decidir emprender?	<b>R:</b> Antes ama de casa , bueno y siempre me gusto las ventas de catálogo así espese
2. ¿Cómo y cuándo surgió la idea que te impulsó a montar tu propio emprendimiento?	<b>R:</b> Siempre he tenido la idea de montar mi propio negocio pero empecé primero por ventas en línea
3. Que la motivo para ser emprendedora	<b>R:</b> Mis hijos y mis padres mi mayor motivo
4. Porque escogiste la red social Instagram como medio de venta para tu emprendimiento, porque no Facebook o Twitter.	<b>R:</b> porque Instagram se llega a más personas
5. ¿En cuánto tiempo creció su emprendimiento?	<b>R:</b> En unos dos años claro está empezando a trabajar en línea
6. ¿Cuál es su mercado objetivo?	<b>R:</b> Indumentaria, accesorios y varios
7. ¿Cuáles son las estrategias que utilizas para publicar en Instagram?	<b>R.</b> Fotos, videos etc.
8. ¿Cómo haces la creación de tu contenido?	<b>R:</b> Edito mis videos con aplicaciones q me ayuden a que sea más llamativa la publicidad
9. ¿Cómo muestra su contenido para que le resulte atractivo?	<b>R:</b> Con música y stikers
10. ¿Cuántas veces al día publica contenido a su cuenta?	<b>R:</b> Varias veces

<b>Entrevistado:</b> Michelle Guedes <b>Página de Instagram:</b> Guedesscompany <b>Observación:</b> dueño de la página	
1. ¿Quién eras y qué hacías antes de decidir emprender?	<b>R:</b> viajero y estudiaba idiomas.
2. ¿Cómo y cuándo surgió la idea que te impulsó a montar tu propio emprendimiento?	<b>R:</b> la crisis global.
3. Que la motivo para ser emprendedora	<b>R:</b> dar fuentes de empleo como ya lo estamos haciendo, tenemos agentes de ventas de nuestra marca que brindan productos y servicios profesionales.
4. Porque escogiste la red social Instagram como medio de venta para tu emprendimiento, porque no Facebook o Twitter.	<b>R:</b> expansión demográfica previo análisis y estudios de mercado.
5. ¿En cuánto tiempo creció su emprendimiento?	<b>R:</b> en proceso, estamos realizando líneas comerciales con otros países.

6. ¿Cuál es su mercado objetivo?	<b>R:</b> productos (tecnología, laptops, celulares, pc, ropa, calzado, accesorios, etc.), servicios profesionales (psicólogos, abogados, ingenieros, etc.) estamos desarrollando expansión comercial global) -podemos realizar envíos casi todo el mundo al ser una empresa registrada en nuestro gobierno-
7. ¿Cuáles son las estrategias que utilizas para publicar en Instagram?	<b>R:</b> marketing, empleando links/cadenas a nuestros demás activos comerciales, interactuando con nuestros clientes.
8. ¿Cómo haces la creación de tu contenido?	<b>R:</b> herramientas como canva, y otros editores; lo hacemos interactivo, y usamos psicología del color.
9. ¿Cómo muestra su contenido para que le resulte atractivo?	<b>R:</b> psicología del color y otras herramientas de estudios y análisis de mercado a empresas multinacionales.
10. ¿Cuántas veces al día publica contenido a su cuenta?	<b>R:</b> constantemente. Aunque estamos desarrollando actividad con un software que programa publicaciones.

<b>Entrevistado:</b> Saray Lucas Castro <b>Página de Instagram:</b> DOLCECHIC.EC <b>Observación:</b> dueña de la página	
1. ¿Quién eras y qué hacías antes de decidir emprender?	<b>R:</b> Era una joven estudiante con muchos sueños, pero siempre fui una persona que vendía o hacía cualquier actividad para comprar mis cosas desde la escuela, y eso lo aprendí de mis abuelos, pero no había decidido arriesgarme en el mundo del emprendimiento de manera formal.
2. ¿Cómo y cuándo surgió la idea que te impulsó a montar tu propio emprendimiento?	<b>R:</b> Fue desde el momento que me gradué como tecnóloga en enfermería, pero debido a falta de empleo decidí emprender, ya que en la actualidad decidí estudiar leyes y debido a eso necesitaba una ayuda económica para poder cubrir mis necesidades.
3. ¿Cuál fue el motivo para ser emprendedora?	<b>R:</b> exactamente fue la decepción de la falta de empleo, ya que cuando me gradué y decidí buscar trabajo no existían oportunidades, o si se daba algún trabajo era con una baja remuneración que no me alcanzaba para

	<p>cubrir mis gastos y pues fue ahí cuando decidí arriesgarme al mundo del negocio, también sé que tengo muchos sueños y eso es lo que me impulsa cada día a seguir luchando y trabajando de manera independiente.</p>
<p>4. Porque escogiste la red social Instagram como medio de venta para tu emprendimiento, porque no Facebook o Twitter.</p>	<p><b>R:</b> Porque existe hoy en día la gran oportunidad de poder ofrecer los productos por medio de esta red social, ya que te proporciona más herramientas para que tú puedas hacer tus publicidades comerciales, ya que también es una red donde hoy en día muchas personas promocionan sus productos, pero eso no quiere decir que Facebook no tengas sus beneficios para promocionar sus productos al contrario todas las redes sociales nos sirven para poder ofrecer nuestros servicios y hacernos conocer.</p>
<p>5. ¿En cuánto tiempo creció su emprendimiento?</p>	<p><b>R:</b> hace 4 meses aproximadamente, pero ha ido creciendo paulatinamente, pero desde que inicie hasta ahora las ventas se han mantenido en el mismo margen, a raíz de este emprendimiento se ha dado la oportunidad de poder abrir otro negocio, pero este ya será en un local físico donde estaré ofreciendo al público algo novedoso dentro de mi medio, la cual consiste en la venta de helados de paila.</p>
<p>6. ¿Cuál es su mercado objetivo?</p>	<p><b>R:</b> Inicialmente era ofrecer a mis amistades, con el tiempo fui dándome a conocer en otras ciudades debido a las posibilidades que te ofrece Instagram para que personas de otras partes te conozcan, y pues ahora ya tengo clientes de diversos lugares, y mi objetivo es llegar a muchas al máximo de personas posible y obtener muchos clientes, no solo en mi emprendimiento de ropa, sino también en mi negocio de helados ya que también promocionó por Instagram.</p>
<p>7. ¿Cuáles son las estrategias que utilizas para publicar en Instagram?</p>	<p><b>R:</b> Mis estrategias son publicar los productos de la forma más transparente posible con sus debidas especificaciones, para que así el cliente se dé cuenta que nomás incluye el producto, también las personas que</p>

	adquieren mi producto y quedan satisfechas me ayudan haciendo publicidad en sus redes sociales, y trato de estar al día con las cosas novedades.
8. ¿Cómo haces la creación de tu contenido?	<b>R:</b> De una forma sencilla y básica donde todo se muestre lo más parecido con la realidad, para que así el cliente no se quede con otra expectativa de lo que compra al momento de tener en físico su producto.
9. ¿Cómo muestra su contenido para que le resulte atractivo?	<b>R:</b> Trato de llegar al cliente de una forma alegre donde motive a las personas a poder adquirir mis productos.
10. ¿Cuántas veces al día publica contenido a su cuenta?	<b>R:</b> Público contenido tres veces al día para que las personas estén siempre pendientes de mis productos y así poder darles a conocer muchas novedades.

<b>Entrevistado:</b> Génesis Guayaquil <b>Página de Instagram:</b> SWEET_FASHIONYC <b>Observación:</b> dueña de la página	
1. ¿Quién eras y qué hacías antes de decidir emprender?	<b>R:</b> Era estudiante del colegio y luego puse a la U y seguía estudiando y solo me dedicaba a los estudios.
2. ¿Cómo y cuándo surgió la idea que te impulsó a montar tu propio emprendimiento?	<b>R:</b> Desde que quise tener mis cosas por mí mismo y me llamo mucho la atención el emprendimiento y cuando veía que necesitaban chicas para trabajar.
3. Que la motivo para ser emprendedora	<b>R:</b> El motivo es porque por ahí se empieza a querer depender de uno mismo y poco a poco quiero lograr a ser distribuidora.
4. Porque escogiste la red social Instagram como medio de venta para tu emprendimiento, porque no Facebook o Twitter.	<b>R:</b> Tengo ambas, Facebook e Instagram, porque siento que ahí en esas redes andan más y puedes tener más clientes
5. ¿En cuánto tiempo creció su emprendimiento?	<b>R:</b> En 3 meses y aún sigue creciendo.
6. ¿Cuál es su mercado objetivo?	<b>R:</b> Ser distribuidora.
7. ¿Cuáles son las estrategias que utilizas para publicar en Instagram?	<b>R:</b> Usando una aplicación y poder hacer mejor publicidad,
8. ¿Cómo haces la creación de tu contenido?	<b>R:</b> Mediante una aplicación y viendo videos de como tener un mejor contenido.

9. ¿Cómo muestra su contenido para que le resulte atractivo?	<b>R:</b> Decorando muy bien y que cada detalle sea llamativo.
10. ¿Cuántas veces al día publica contenido a su cuenta?	<b>R:</b> 1 vez al día, subo lo que más pueda (porque también estudio y paso ocupada)

<b>Entrevistado:</b> Mariam Vicuña <b>Página de Instagram:</b> onlyforyou <b>Observación:</b> dueña de la página	
1. ¿Quién eras y qué hacías antes de decidir emprender?	<b>R:</b> Soy estudiante
2. ¿Cómo y cuándo surgió la idea que te impulsó a montar tu propio emprendimiento?	<b>R:</b> Hace 2 años
3. Que la motivo para ser emprendedora	<b>R:</b> La ganas de generar mis propios ingresos
4. Porque escogiste la red social Instagram como medio de venta para tu emprendimiento, porque no Facebook o Twitter.	<b>R:</b> Instagram en la actualidad es más usado por las personas para vender, para hacer vida social y más cosas más que permite interactuar con las personas.
5. ¿En cuánto tiempo creció su emprendimiento?	<b>R:</b> Hace 5 meses
6. ¿Cuál es su mercado objetivo?	<b>R:</b> Los jóvenes de 16 a 25 años
7. ¿Cuáles son las estrategias que utilizas para publicar en Instagram?	<b>R:</b> Sorteos, promociones
8. ¿Cómo haces la creación de tu contenido?	<b>R:</b> Mediante aplicaciones de videos y fotos
9. ¿Cómo muestra su contenido para que le resulte atractivo?	<b>R:</b> Mediante videos que muestre el producto que estoy vendiendo
10. ¿Cuántas veces al día publica contenido a su cuenta?	<b>R:</b> Todos los días

