



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**Análisis sobre los contenidos que publican los influenciadores en
Instagram y su aporte a la construcción de su reputación online.
Estudio del mes de mayo de 2017**

AUTORA:

Soria Galarza, Carla Alexandra

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TUTORA:

Yánez Blum, Sonia Margarita, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

20 de septiembre del 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIA DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Soria Galarza Carla Alexandra**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciada en Comunicación Social**.

TUTORA

f. _____

Yánez Blum, Sonia Margarita, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Luna Mejía, Efraín Alfonso, Mgs.

Guayaquil, a los 20 del mes de septiembre del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Soria Galarza Carla Alexandra**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Análisis sobre los contenidos que publican los influenciadores en Instagram y su aporte a la construcción de su reputación online. Estudio del mes de mayo de 2017** previo a la obtención del título de **Licenciada en Comunicación Social**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 20 del mes de septiembre del año 2017

LA AUTORA

f. _____

Soria Galarza, Carla Alexandra



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Soria Galarza Carla Alexandra

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis sobre los contenidos que publican los influenciadores en Instagram y su aporte a la construcción de su reputación online. Estudio del mes de mayo de 2017**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 20 del mes de septiembre del año 2017

LA AUTORA:

f. _____

Soria Galarza, Carla Alexandra

Agradecimientos

Agradezco a Dios por las bendiciones que tengo en mi vida, por guiar mis pasos hasta esta meta. A mis padres por el esfuerzo que han hecho para que yo esté en el lugar que me encuentro hoy, y por creer en mí. A mis hermanos que siempre me animan a seguir adelante. A los docentes por las enseñanzas impartidas, a mi compañero durante todos los años de estudio de la carrera, por brindarme siempre su apoyo. A mis amigos por la ayuda incondicional y a mi tutora Sonia Yáñez, por guiarme en todo el proceso.

Dedicatoria

Dedico este trabajo de titulación a mi familia, a ellos que han estado en cada paso que he dado en mi vida.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

SONIA MARGARITA YÁNEZ BLUM

TUTOR

f. _____

(NOMBRES Y APELLIDOS)

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

(NOMBRES Y APELLIDOS)

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Calificación

Índice

Contenido

Resumen.....	XIV
Introducción	- 15 -
CAPÍTULO I	- 17 -
EL PROBLEMA	- 17 -
1.- Planteamiento del “hecho científico” o “situación problemática”.....	- 17 -
1.1.- Formulación del problema de investigación.....	- 18 -
1.2.- Justificación de la investigación	- 18 -
1.3.- Marco Institucional.....	- 19 -
1.4.- Objetivo General.....	- 19 -
1.5.- Objetivos Específicos	- 19 -
1.6.- Hipótesis	- 20 -
1.7.- Preguntas de investigación	- 20 -
CAPÍTULO II	- 21 -
MARCO TEÓRICO	- 21 -
2.- Redes Sociales, su importancia e influencia en la actualidad.....	- 21 -
2.1.- Antecedentes.....	- 21 -
2.2.- Concepto.....	- 21 -
2.3.- Historia de las redes sociales	- 23 -
2.4.- Tipos de redes sociales	- 24 -
2.5.- Importancia de las redes sociales en la actualidad.....	- 25 -
3.- Instagram	- 27 -
3.1.- Concepto.....	- 27 -
3.2.- Historia de Instagram.....	- 27 -
3.3.- Glosario de términos de Instagram	- 28 -
3.4.- Clasificación de las imágenes en Instagram	- 30 -
3.5.- Estadísticas de Instagram.....	- 31 -
3.6.- Instagram como herramienta de posicionamiento	- 34 -
4.- Influenciadores (influencers)	- 37 -
4.1.- Conceptos del término	- 37 -

4.2.- Características del influenciador.....	- 39 -
4.3.- Tipos de influencers.....	- 40 -
4.4.- ¿Cómo identificar a un influenciador y escoger al adecuado?	- 42 -
4.5.- Influencers en Instagram.....	- 44 -
5.- Reputación online	- 49 -
5.1.- Concepto de reputación	- 49 -
5.2.- ¿Cómo se gestiona la reputación online?.....	- 51 -
6.- Opinión Pública	- 52 -
CAPÍTULO III.....	- 55 -
METODOLOGÍA	- 55 -
6.- Tipo de investigación.....	- 55 -
6.1.- Métodos e instrumentos	- 55 -
6.2.- Población y Muestra	- 56 -
6.3.- Variables.....	- 61 -
CAPÍTULO IV	- 65 -
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	- 65 -
7.- Resultados obtenidos del análisis de variables	- 65 -
7.1.- Resultados obtenidos de entrevistas realizadas a influenciadores	- 76 -
7.3.- Resultados obtenidos de las entrevistas a expertas	- 78 -
CONCLUSIONES.....	- 83 -
RECOMENDACIONES.....	- 84 -
BIBLIOGRAFÍA.....	- 85 -
ANEXOS.....	- 91 -
8.- Modelo de encuesta aplicada a influenciadores.....	- 91 -
8.1.- Modelo de encuesta aplicada a expertas	- 93 -
8.2.- Entrevistas a influenciadores seleccionados	- 95 -
8.3.- Entrevistas a expertas	- 107 -
8.4.- Ficha de análisis de variables para texto.....	- 113 -
8.5.- Ficha de análisis de variables para imagen.....	- 125 -

Índice de tablas

Tabla 1: Unidades de análisis.....	56
Tabla 2: Población de influencers de Guayaquil.....	57
Tabla 3: Cálculo de engagement a población de influenciadores.....	58
Tabla 4: Ficha de presentación de Ariana Briones.....	59
Tabla 5: Ficha de presentación de Gloria Mejía.....	59
Tabla 6: Ficha de presentación de Wendy Espinoza.....	59
Tabla 7: Ficha de presentación de Fabrizio Zambrano.....	60
Tabla 8: Ficha de presentación de Jesse Gallardo.....	60
Tabla 9: Ficha de presentación de Jorge Torres.....	60
Tabla 10: Ficha de presentación de expertas.....	61
Tabla 11: Ficha para el análisis de texto.....	64
Tabla 12: Ficha para el análisis de imagen.....	64
Tabla 13: Publicaciones realizadas en mayo y tema al que responden.....	65
Tabla 14: Errores ortográficos cometidos por influenciadores en sus publicaciones.....	68
Tabla 15: Utilización de hashtags.....	69
Tabla 16: Utilización de emoticones por parte de los influenciadores.....	70
Tabla 17: Nivel de engagement.....	71
Tabla 18: Valoración de los parámetros de texto e imagen.....	74
Tabla 19: Análisis de entrevistas a influenciadores.....	77
Tabla 20: Análisis de entrevistas a expertas.....	79
Tabla 21: Parámetros de análisis seleccionados por las expertas.....	81

Índice de gráficos

Gráfico 1: Glosario de términos de instagram.....	29
Gráfico 2: Cómo lograr una buena fotografía en el plano flat lay.....	31
Gráfico 3: Redes sociales más utilizadas en Ecuador.....	32
Gráfico 4: Aplicaciones más descargadas en Ecuador en celulares iOS y Android.....	32
Gráfico 5: Audiencia en redes sociales.....	33
Gráfico 6: Páginas más visitadas en Ecuador.....	34
Gráfico 7: Fórmula para medir el engagement de una publicación.....	36
Gráfico 8: Características del influenciador.....	39
Gráfico 9: Tipos de influenciadores.....	41
Gráfico 10: Preferencias de influenciadores en redes sociales.....	46
Gráfico 11: Escenarios típicos en Marketing de Influencia.....	49
Gráfico 12: Publicaciones realizadas por influencers en el mes de mayo.....	65
Gráfico 13: Publicaciones que refieren a promociones de marcas.....	66
Gráfico 14: Publicaciones que responden a temas sobre vida personal.....	67
Gráfico 15: Número de errores ortográficos evidenciados en las publicaciones.....	68
Gráfico 16: Hashtags utilizados en las publicaciones.....	69
Gráfico 17: Emoticones usados dentro de la redacción de las publicaciones.....	70
Gráfico 18: Comentarios recibidos en las publicaciones.....	72
Gráfico 19: Respuestas realizadas por influenciadores a su audiencia.....	72
Gráfico 20: Me gusta recibidos en las publicaciones.....	73
Gráfico 21: Ficha de análisis de texto de publicaciones de Gloria Mejía.....	114
Gráfico 22: Ficha de análisis de texto de publicaciones de Ariana Briones.....	116
Gráfico 23: Ficha de análisis de texto de publicaciones de Wendy Espinoza.....	119
Gráfico 24: Ficha de análisis de texto de publicaciones de Jorge Torres.....	120
Gráfico 25: Ficha de análisis de texto de publicaciones de Jesse Gallardo.....	121
Gráfico 26: Ficha de análisis de texto de publicaciones de Fabrizio Zambrano.....	124
Gráfico 27: Ficha de análisis de imagen de publicaciones de Gloria Mejía.....	126
Gráfico 28: Ficha de análisis de imagen de publicaciones de Ariana Briones.....	128
Gráfico 29: Ficha de análisis de imagen de publicaciones de Wendy Espinoza.....	131
Gráfico 30: Ficha de análisis de imagen de publicaciones de Jorge Torres.....	132
Gráfico 31: Ficha de análisis de imagen de publicaciones de Jesse Gallardo.....	133
Gráfico 32: Ficha de análisis de imagen de publicaciones de Fabrizio Zambrano.....	136

Resumen

Este proyecto tiene el propósito de analizar cómo los contenidos de las publicaciones que realizan influenciadores de la red social instagram en sus perfiles, aportan a la construcción de su reputación online. El estudio se llevó a cabo a través de las cuentas oficiales de personajes influyentes de la ciudad de Guayaquil, durante el mes de mayo de 2017.

Para la selección de los *influencers* –en inglés-, se hizo una investigación sobre aquellos que tienen mayor nivel de interacción en relación con el número de usuarios que los siguen. Los elegidos para la investigación son 3 hombres y 3 mujeres que figuran en un rango de 20 a 30 años y manejan la línea de estilo de vida, moda, belleza, viaje y gastronomía.

El análisis se realizó sobre los contenidos escritos y visuales de las publicaciones de sus perfiles, con el fin de conocer cómo se comunican con sus seguidores, y si estos parámetros son los que permiten mantener su imagen y credibilidad frente al público, es decir, mantener su reputación online. El estudio es de metodología mixta, por lo que la investigación conlleva un análisis cualitativo y cuantitativo.

Mediante los resultados obtenidos, se analiza que instagram es la red por excelencia utilizada por influenciadores para su labor comunicativo con marcas del país y la creación de un canal de interacción con su público. Asimismo, que la gestión que ellos realizan en sus redes influye en su reputación online.

Palabras claves: influenciadores, instagram, reputación online, redes sociales, comunicación corporativa.

Introducción

La forma de comunicarse ha cambiado en todos los ámbitos, y la *social media* es un ejemplo de eso. Las empresas y la comunicación que establecen con sus usuarios variaron con el pasar de los años, haciendo que cada vez se vuelva más efectiva y cercana. Las herramientas que se utilizaban para interactuar con su público dejaron de basarse en la publicidad tradicional emitida a través de los medios como la televisión, radio y prensa, en la que solo se promocionaba las bondades y beneficios de adquirir determinado producto o servicio. Una manera de comunicar que resultaba repetitiva para todas las marcas y nada innovadora para la audiencia.

Mediante dichos medios se pautaban cuñas, vídeos e imágenes de la marca, pero la llegada del internet y el surgimiento de las redes sociales impulsaron la creación de un nuevo canal por el cual transmitir las características de sus productos y llegar a otro tipo de audiencia y de una manera más creativa. Esta revolución de los medios digitales se convirtió en una aliada para las organizaciones que ahora tienen mayor interacción con sus seguidores, pueden lograr un mayor alcance y tienen la libertad de elaborar otro tipo de contenidos para estas plataformas.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (INEC), a través de un estudio elaborado en diciembre de 2016, el 54,1% de la población se conecta a internet desde su casa, mediante laptops o computadoras de escritorio; y el 56,1% lo hace desde sus teléfonos inteligentes. Este último porcentaje representa la inmediatez que llega a tener el contenido que aparece en la web y lo fácil que las personas pueden acceder a las informaciones que allí se publican. De ahí que se justifique que las personas y compañías se trasladen a lo digital buscando captar más audiencia.

En esa búsqueda de mostrarse como marcas frescas en las redes sociales, implementan otro tipo de estrategias para comunicarse. Por eso resulta importante la utilización de personas influyentes, conocidos como influenciadores. Ellos tienen acogida de los contenidos que publican en sus perfiles, y cuentan con gran número de seguidores y de compromiso de parte de ellos. Estos influenciadores encuentran en redes como Facebook,

Instagram, Twitter y YouTube, grandes aliados para compartir sus experiencias e historias y crear contenido libre.

Al ser esta una tendencia a la que recurren cada vez más marcas a través de agencias de relaciones públicas, este trabajo se realizó con el fin de analizar los contenidos que estos influenciadores publican en sus perfiles de Instagram, y el aporte de estas informaciones a la construcción de su reputación online. El estudio se realiza en el mes de mayo de 2017, con el objetivo de saber cómo se comunican las personas influyentes con su audiencia.

Lo importante de la actividad que realizan los influenciadores es que a pesar de trabajar con marcas específicas, los contenidos que elaboran no muestran directamente a empresas o sus productos, sino que los manejan desde la experiencia como usuario. Esta estrategia genera que los mismos seguidores interactúen y consulten sobre lo que se les muestra a través de sus publicaciones, lo que hace más real el intercambio de comentarios, al simular la recomendación de determinado servicio o producto entre amigos o familiares.

Y aunque las marcas aún apuestan por la publicidad tradicional, muchas también implementan en sus planes de comunicación, la utilización de influenciadores para llegar a un nicho en específico, un nativo digital. Un usuario en redes que se deja influenciar por una imagen o por lo que le cuentan mediante la redacción de un texto. Parámetros que se toman en cuenta para evaluar los estilos que tienen cada uno de los influenciadores y cómo mantienen enganchados a su público, al tratarse de personas comunes que se convierten en líderes de opinión y que se refieren a temas específicos como la moda, belleza, gastronomía o estilo de vida.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.- Planteamiento del “hecho científico” o “situación problemática”

Las formas de comunicarse varían cada vez más en una sociedad como la nuestra, en la que las redes sociales han venido a cumplir un rol importante en la interacción. Frente a esa realidad, las personas y marcas se trasladan a esta plataforma para compartir contenidos acerca de sus servicios y productos. En nuestro país, las marcas han buscado la manera de posicionarse también a través de los medios digitales y han elaborado buenas estrategias de comunicación, que impulsan en conjunto con agencias de relaciones públicas.

Como una nueva tendencia de comunicación mediante las redes sociales surgen los llamados influenciadores, personas comunes que se han convertido en líderes de opinión sobre temas variados y que cuentan con gran acogida de parte de sus seguidores en dichas plataformas. Cada vez más, la utilización esta figura es acogida en los planes de comunicación de las marcas como una estrategia para llegar a los nativos digitales.

Redes como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube son los aliados de los influenciadores para compartir sus contenidos. En especial, Instagram, la segunda red más utilizada por las personas en Ecuador, según el Ranking de Alexa de 2017. Esta plataforma que permite publicar fotografías y texto es la favorita no solo de los usuarios, sino también de las personas influyentes por el impacto que logran a través de ella.

Desde el contexto de Ecuador, y en especial de la academia, no se ha realizado un estudio que trate el tema de los *influencers* y su poder dentro de las redes sociales. Es más, no hay un estudio que explique el fenómeno de las redes en el país. El más reciente material del que se tiene registro es una investigación sobre el uso de las Tics en el hogar, realizado en el 2016. Por eso se consideró importante realizar este proyecto, para generar un conocimiento sobre esta temática, realizando un análisis de los contenidos que publican los influenciadores en Instagram y cómo esto aporta a la construcción de su reputación online.

1.1.- Formulación del problema de investigación

¿Cuáles son los tipos de contenidos que publican los influenciadores en Instagram y cómo aportan a la construcción de su reputación online?

1.2.- Justificación de la investigación

El tema de los influenciadores y su imagen dentro de las redes sociales, es un apartado que especialmente en Ecuador no se ha analizado, y mucho menos desde la academia. Lo que le otorga un elemento agregado, al dar luces sobre la relación de los *influencers* con la audiencia y su gestión de redes, para conocer cómo funciona la comunicación digital, en un contexto donde las personas están inmersas más que nunca en internet.

Al ser una temática que aún está en construcción, no existe un estudio similar en la ciudad, ni en el país y es importante que la academia acoja estas nuevas corrientes de comunicación y profundice en su investigación, que no solo permite conocer la importancia de gestionar adecuadamente los contenidos, en cuanto a narrativa, imagen o vídeo dentro de las redes sociales, sino también por lo que este estudio puede representar para los comunicadores, en el ejercicio de la comunicación corporativa y de las agencias digitales que trabajan directamente con los influenciadores y las marcas, ya que existirá un documento formal que diagnostique la realidad de este sector, su producción de contenidos y los parámetros recomendados por los especialistas.

Dicho estudio además permitirá a los usuarios y principales consumidores de la información que se publica, conocer cómo se elaboran estos contenidos antes de ser públicos y causar un efecto. Es decir, la construcción y producción que hay detrás de cada contenido publicado en el perfil de la red social con el propósito de mantener una imagen, de hacer que su audiencia consuma la información y que tenga influencia sobre ellos.

Estos conocimientos no solo serán de interés de la audiencia que está inmersa en los medios digitales, sino también para la sociedad ecuatoriana ya que es importante conocer sobre el uso de las nuevas tecnologías y su funcionamiento con personas influyentes en redes sociales y la gestión de contenidos sobre una marca ideal, para que puedan comprender la interacción existente entre *influencers*-usuarios, por qué su nivel de éxito

con respecto a la influencia que ejercen y qué es lo que hace que los contenidos que publican sean efectivos. Esto permitirá abrir el panorama de la ciudadanía y serán menos vulnerables al mensaje.

Todo lo mencionado, va en concordancia con una de las líneas de investigación que tiene la carrera, que es la de comunicación interpersonal, grupal, organizacional y mediática.

1.3.- Marco Institucional

Línea de investigación: Comunicación interpersonal, grupal, organizacional y mediática.

1.4.- Objetivo General

Analizar los contenidos que publican los influenciadores en Instagram y su aporte a la construcción de su reputación online, mediante el estudio de las cuentas oficiales de estas personalidades influyentes y los *posts* –publicaciones- que realizaron durante el mes de mayo de 2017.

1.5.- Objetivos Específicos

- Identificar los parámetros para hacer un análisis de los contenidos escritos y visuales de las publicaciones de influenciadores realizando una investigación desde conceptos y apartados teóricos.
- Definir si el manejo adecuado de los contenidos escritos y visuales, aporta a la construcción de la reputación online de los influenciadores, mediante la medición y elaboración de tablas comparativas de sus publicaciones y validando con entrevistas a expertos.
- Establecer un esquema para la gestión de la red social Instagram en influenciadores y la importancia para su reputación online, a través de entrevistas con agencias de *influencers* y expertos en relaciones públicas.

1.6.- Hipótesis

Los contenidos que publican los influenciadores en Instagram determinan la construcción de su reputación online frente a sus públicos.

1.7.- Preguntas de investigación

En la investigación y elaboración de este estudio han surgido las siguientes inquietudes:

- ¿Cuáles son los parámetros para hacer un análisis de los contenidos escritos y visuales de las publicaciones de influenciadores?
- ¿Cómo debe ser el manejo adecuado de los contenidos escritos y visuales para instagram?
- ¿De qué manera esos contenidos pueden aportar a la construcción de la reputación online de los influenciadores?
- ¿Cuál debe ser el esquema ideal para la gestión de la red social instagram en influenciadores?

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

“Hasta las personas más insignificantes ejercen cierta influencia en el mundo”

Louisa May Alcott

2.- Redes Sociales, su importancia e influencia en la actualidad

2.1.- Antecedentes

El éxito de las redes sociales viene acompañado de un elemento sin el que todo esto no hubiera sido posible, su aliado por excelencia: el internet. El surgimiento de lo que hoy consideramos como un servicio indispensable en el hogar, se remonta a los años 60, cuando se limitaba a ser de uso exclusivo para las fuerzas militares estadounidenses con el fin de mantener una vía de comunicación interna y secreta que permitiera el acceso a la información desde cualquier punto del país (CAD, 2015).

Arpanet, como se conocía en 1969 al internet, creció tan rápido que su acceso se abrió para cualquier persona que la utilizara con fines académicos o investigativos. Debido a la acogida, la National Science Foundation crea su propia red a la que llama NSFNET, que luego absorbió a ARPANET y propició este gran sistema informático que revolucionó la comunicación a gran escala. Para 1985, el internet ya era un servicio establecido a nivel mundial. A medida que transcurrieron los años, la red sufrió tantos cambios, hasta convertirse en lo que es hoy, una red de redes globales que permite compartir recursos (Leiner, 2015).

2.2.- Concepto

El acceso del internet a la población mundial conllevó una diversificación de la información y la creación de infinidad de plataformas digitales con diferentes funcionalidades. Si bien generó una gran acogida por todas las actividades que permitía realizar, su éxito irrefutable llegó con el surgimiento de las *social media* (redes sociales, en inglés). Estas redes significaron la revolución de la comunicación a un nivel nunca antes conocido. Dichas herramientas no solo facilitaron el intercambio de mensajes entre

personas de distintas partes del mundo, sino que constituyeron una forma de conocer, ver, compartir la vida y estar conectado a nivel global todo el tiempo.

Las redes sociales según el portal web Fotonostra son definidas como “aplicaciones web que favorecen el contacto entre individuos” (Fotonostra, 2014). La plataforma digital Definición ABC, diccionario online, las cataloga como una estructura social integrada por personas, comunidades, profesionales, organizaciones que están conectadas entre sí por un interés. Comunicación, información, relaciones de amistad, entretenimiento, creencias o afinidades, son algunos de los motivos por los que los usuarios aceptan ser parte de este gran círculo de tecnología (Ucha, Definición ABC, 2010).

Los individuos están conectados de forma ilimitada, a cualquier hora, el día que deseen y en el espacio donde se encuentren. Lo que conlleva a que también se pueda estar informado de lo que sucede en el mundo, en el instante mismo en que ocurre. Además, permite realizar transmisiones en vivo, que te sitúan en el lugar en donde sucede algo, sin necesidad de estar ahí físicamente, en las cuales se puede participar activamente mediante comentarios.

Actualmente, muchas empresas e individuos han apostado por el traslado de sus contenidos, promociones, servicios y productos a estas plataformas de interacción. Motivo por el cual las redes sociales funcionan además como una forma de llegar a más gente a través del conocimiento de la marca, y la promoción de la misma. Incluso, su poder es tan efectivo, que muchos emprendimientos surgen exclusivamente en estas redes y se manejan solo en ellas con mucho éxito. A través de ella se puede construir una marca online, que te brinde la oportunidad de fortalecer la reputación personal o de tu empresa, generar confianza e interactuar con todos, logrando conexiones reales (Santiago, 2011).

Con la llegada de los teléfonos inteligentes o *smarthphones*, el poder de las redes sociales se propagó. No solo se podía acceder a ellas mediante un computador, sino también por el celular. Bastaba con descargar las aplicaciones e ingresar y crearse cuentas. Es decir, quedó atrás la figura de una persona sentada en un escritorio con su ordenador buscando el dominio de la página web de la red social, porque ese mismo individuo desde su móvil,

podía tener las redes de su preferencia disponibles las 24 horas del día, los siete días de la semana con solo tocar la pantalla.

2.3.- Historia de las redes sociales

La historia de las redes sociales la explican muchos teóricos con la finalidad de entender cómo fue evolución este medio digital hasta las plataformas que tienen gran éxito actualmente. Castillo y Nolasco amplían sobre el surgimiento de cada red desde un orden cronológico, lo que a continuación a breves rasgos se expone.

La primera red social conocida se remonta al año 1995 y se llamó classmates.com. Su creador Randy Conrads, la inició con el propósito de que las personas puedan recuperar el contacto perdido entre antiguos amigos de jardín, escuela, colegio, universidad, trabajo. Luego apareció Six Degrees, de la mano de la empresa Macroview en 1997. Fue el primer servicio que permitió generar perfiles de usuario, crear listas de amigos y conocidos, e intercambiar mensajes entre ellos.

Para 1999 surgió Live Journal, propiedad de Brad Fitzpatrick. Fue fundado como una manera de tener a tus contactos actualizados sobre las actividades diarias del usuario. Promovió la implementación de blogs y agendas en línea. Tres años más tarde salió Friendster, de Jonathan Abrams. La red social mejoró la experiencia de búsqueda de amigos, al permitir seguir a los contactos de tus contactos y establecer relaciones amorosas. El servicio permitió generar perfiles y adicionar fotos, además de compartir experiencias y archivos (Castillo, 2011).

En el mismo año, 2002, nació Fotolog. Su innovación consistió en que facilitaba el intercambio de fotografías con otros usuarios. Además se creó Last FM, que en un principio pretendía ser una emisora en línea, pero terminó convirtiéndose en una red para los aficionados de la música. En 2003, fue implementada la exitosa red LinkedIn, que actualmente continúa funcionando y cuenta con millones de usuarios, al ser una red profesional donde se establecen relaciones con fines laborales (Nolasco, 2017).

Luego vinieron My Space y Hi5, las redes más utilizadas en 2003. Ambas consistían en perfiles interactivos en los que se compartían experiencias y fotografías, además de la

conexión con amigos de forma sencilla. Un año después, se fundó la red social más influyente del mundo: Facebook. Es la más utilizada a nivel global, cuenta con 1,94 billones de usuarios activos al mes (Heine, 2017). Luego vino otra plataforma que logró mucho éxito inmediatamente surgió. Instagram, que actualmente cuenta con 700 millones de seguidores activos, fue adquirida por Facebook, al año de su lanzamiento (Instagram, 2017).

2.4.- Tipos de redes sociales

Redes sociales hay muchas y con distintas ocupaciones cada una de ellas. Unas son más conocidas que otras, muchas cuentan con mayor número de consumidores, pero para poder comprender su utilidad, el portal web Fotonostra ofrece una clasificación que permite precisar en qué consisten.

Como primer punto se señala a las redes sociales genéricas u horizontales, que son las más numerosas en cuanto a usuarios que la conforman y son las más conocidas a nivel mundial. En este grupo consta Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat y Google +. También figuran las redes profesionales, aquellas en las que los internautas se contactan con fines laborales. En esta lista están LinkedIn, Viadeo y Xing. Como parte de la clasificación se presentan las redes sociales verticales o temáticas, en las cuales los públicos se conectan porque tienen afinidades en común. En el conjunto existen Flickr, Pinterest y YouTube (FotoNostra, 2017).

El portal web tiposde.org coincide con la categorización anterior, pero explica que se puede describir a las *social media* en función al sujeto y a la localización geográfica. La primera, especifica que existen las redes sociales humanas que promueven la interacción entre las personas de acuerdo a sus intereses y afinidades en común. En esta división se muestran como ejemplo a Dopplr y Tuenti. Por otra parte, se encuentran las redes sociales de contenido en la que las interacciones entre los usuarios se establecen por el tipo de información que se publica. En este caso, la más conocida es Flickr, que comparte fotografías de alta calidad.

En función a la localización geográfica, hay dos ramificaciones: las redes sociales sedentarias y nómadas. La primera es aquella que crea y edita los contenidos de acuerdo a las publicaciones que se hayan realizado en otras plataformas. En este grupo entra Blogger y Plurk. La segunda se refiere a las redes que cambian de acuerdo a la ubicación geográfica de los usuarios que la utilicen, como ejemplo están Latitud y Fire Eagle (Enciclopedia de clasificaciones, 2017).

2.5.- Importancia de las redes sociales en la actualidad

Nos encontramos en la era digital, en la que la comunicación ha pasado a otro plano, donde todo es global. Desde la aparición de los teléfonos inteligentes, las redes sociales cobraron otro sentido, el de ser uno de los primeros medios de contacto, compartir e intercambiar información entre las personas.

Hay diferentes redes sociales, para las preferencias que tenga el usuario. Desde redes que te permiten compartir experiencias, fotografías, información, seguir a otros en búsqueda de nuevos contenidos o simplemente para tenerlo como contacto, hasta las redes que te facilitan la construcción de un perfil profesional, para un fin comercial o publicitario (Digital Soft, 2016).

De acuerdo al último informe de WeAreSocial de enero de 2016, el 46% de las personas en el mundo se encuentran conectadas a Internet, lo que significa que 3419 billones de usuarios están dentro de la web. Con una alta penetración de utilización de celulares, 51%, y uso de las redes, 31%, a través de ellos se abren una infinidad de oportunidades para las marcas en su relación con los consumidores y de los individuos en sus formas de comunicación. A nivel de Latinoamérica las cifras son más altas, el 67% de población está inmersa en internet y el 51% tiene acceso a las social media (Zuccherino, Social Media Marketing, 2016).

De ahí que la importancia de las redes yace en que los sujetos, actualmente, no conciben un mundo sin ellas y alejados del internet. El motivo radica en que son herramientas de apoyo para nuestras vidas (Arenzana, 2017). Es más, tal es el impacto que estas tienen, que desde la escritura de la novela Generación X, en 1991 por el dramaturgo canadiense

Douglas Coupland, se empieza a clasificar a la población de acuerdo al acercamiento que tiene con la tecnología. Generación X, Y, Z o los *millennials*, son algunos de los términos que se han utilizado para denominar a las personas de una determinada época. En esta investigación no se ahondará en la generación X, por eso no nos remitiremos a ella.

La generación Y o también llamada la de los *millennials* (de milenio), son aquellos individuos nacidos entre 1980 y 1995, que ahora tienen entre 35 y 20 años –nos remitimos al año de elaboración de esta tesis- y que fueron creciendo en el cambio del milenio. En esta clasificación se agrupan a los primeros que tuvieron contacto, usaron y aprendieron a usar la tecnología. Esta generación vivió el cambio constante de los implementos científicos, todo lo que se conoce como el precursor de lo que actualmente tenemos en 2017 (Benvenuto, 2017).

El grupo se caracteriza por ser digital, interactúa con distintas pantallas en múltiples plataformas. Está pendiente de las redes sociales, comparte constantemente contenido, le otorgan una alta importancia al intercambio de información y conocimiento. Tienen una comunicación rápida, efectiva, permanente (Ortega, Young Marketing, 2017).

La generación Z agrupa a las personas nacidas entre 1995 y 2010, en un rango de edad de los 10 a 20 años. Ortega afirma que dicha población es la que realmente ha estado conectada desde que fueron capaces de poder hacerlo, debido a que han tenido acceso a todos los implementos tecnológicos y al internet.

No pueden estar separados del mundo en la web, revisan los teléfonos muchas veces al día, están en constante intercambio de mensajes, fotografías, vídeos, que son la forma más efectiva de comunicación para ellos. Están conectados las 24 horas al día, que incluso son individuos dependientes de lo que pase en la red. Esta generación sabe usar a la perfección las herramientas tecnológicas que están a su disposición. La diferencia entre la generación Z y los *millennials* yace en que aunque ambos manejan la tecnología, la primera es por excelencia la que sabe de su uso (Barba, 2016).

3.- Instagram

3.1.- Concepto

Han pasado siete años desde la creación de esta red social, 2010, que revolucionó la forma en que se comparten fotografías y vídeos en internet, a los que puedes agregar diferentes filtros para hacer lucir mejor tus publicaciones. En la página oficial la definen como una manera divertida y peculiar de compartir contenido multimedia con los amigos transformando un mundo más conectado a través de las fotos.

En el portal web Definición ABC puntualizan que es una de las redes sociales más utilizadas actualmente que tiene como objetivo “permitirle al usuario compartir fotografías con sus seguidores, tanto en ella como en el resto de las redes más extendidas del mundo, tales como Twitter, Facebook, entre otras” (Ucha, Definición ABC, 2016).

Según las estadísticas que maneja esta plataforma, actualmente cuenta con 700 millones de usuarios activos al mes, con 400 millones de personas conectadas diariamente y más de 250 millones de individuos diarios que participan en *instagram stories*, historias de Instagram que están disponibles por 24 horas para ser vistas por los seguidores (Instagram, 2017).

3.2.- Historia de Instagram

Kevin Systrom y Mike Krieger fueron los mentalizadores de esta creación. Su amor por la fotografía y por realizar productos de calidad, los encaminó a implementar una herramienta que esté al alcance de quienes compartan sus mismos intereses. Fue así como nació Instagram, con la idea de resolver tres problemas básicos que ellos notaron en la composición de las piezas: el primero consistió en que las fotos en el teléfono siempre tenían un aspecto mediocre, y por eso se pensó en los filtros, con los que se podría transformar las instantáneas y darles un aspecto profesional.

El segundo problema que notaron fue que no existía la forma de publicar en varias plataformas a la vez el mismo contenido, lo que los llevó a construir un medio para enlazar las otras redes con la cuenta de Instagram. Y por último, la mayoría de las aplicaciones

tardaba mucho en subir imágenes, por lo que se ideó la forma de hacer esta experiencia rápida, eficiente y sin complicaciones (Castro, 2014).

El nombre de la red social responde a la unión de la palabra instantánea, como también se conoce a las fotografías y telegrama, una forma de comunicación que se utilizaba años atrás. El 1 de octubre de 2010 uno de sus creadores realizó la primera publicación de una imagen, sin saber que sería el inicio del éxito. Dos meses después del lanzamiento contaban con una comunidad de más de un millón de usuarios. Un año luego alcanzaron los 10 millones de seguidores. Posteriormente debido al impresionante crecimiento de la plataforma, Facebook decidió comprarla y eso potenció su capacidad de influencia hasta lo que conocemos actualmente (Infobae, 2012).

Características de Instagram

Pronto vinieron la creación de los *hashtags*, de filtros nuevos, se introdujo los vídeos de pocos segundos, se lanzó la versión en web, los mensajes directos, las fotografías y audiovisuales patrocinados, además de la implementación de aplicaciones de apoyo como Layout, Boomerang e Hyperlapse.

Actualmente la aplicación permite realizar fotografías o vídeos que se suben a los *instagram stories* y son visibles por 24 horas, el mismo estilo y funcionamiento de su par Snapchat. Asimismo permite transmitir en vivo y guardar el vídeo para ser accesible durante el día. Instagram además permitió la entrada de publicidad en su plataforma. Todos estos atributos facilitaron el incremento de usuarios activos a más de 700 millones (Rusli, 2012).

3.3.- Glosario de términos de Instagram

Para entender la plataforma de instagram, es necesario manejar los términos que la componen. A continuación se ha realizado una lista de conceptos con sus respectivos significados (Giraldo, 2017).

Perfil	<ul style="list-style-type: none"> •Página de Instagram de cada usuario donde se encuentra las fotos y vídeos.
Grid	<ul style="list-style-type: none"> •Plantilla donde están todas las publicaciones de un perfil. Se pueden visualizar como pequeñas cuadrículas en donde está el contenido compartido.
Followers	<ul style="list-style-type: none"> •Seguidores de la cuenta que se maneja. Ellos pueden ver las publicaciones e interacciones.
Following	<ul style="list-style-type: none"> •Seguidos, personas que la cuenta decide seguir. Al hacerlo se puede ver todo lo que realice el usuario.
Post	<ul style="list-style-type: none"> •Publicaciones que aparecen en el perfil. Se componen de texto, imagen, etiquetas, hashtags, ubicación.
Filtros	<ul style="list-style-type: none"> •Sirven para darle otra coloración a las fotos que se publican.
Repost	<ul style="list-style-type: none"> •Publicar una imagen que colocó otra persona en su perfil.
Hashtag	<ul style="list-style-type: none"> •Palabras claves o etiquetas precedidas por el símbolo #. Esta funcionalidad permite facilitar la búsqueda de un tema
Tag	<ul style="list-style-type: none"> •Etiquetas a otros usuarios sobre las fotografías que se publican en el perfil.
Instagram stories	<ul style="list-style-type: none"> •Historias donde se comparten fotos y vídeos de 15 segundos que duran 24 horas.
Álbum de Instagram	<ul style="list-style-type: none"> •Se eligen 10 fotos para compartir en una sola publicación, dando la ilusión de crear una presentación con diapositivas.
Boomerang	<ul style="list-style-type: none"> •Se hacen varias fotos en secuencia para finalizar en un vídeo simulando un gif.

Gráfico 1: Glosario de términos de instagram. Fuente Valentina Guiraldo. Elaboración propia.

3.4.- Clasificación de las imágenes en Instagram

Instagram es una red social favorita a la hora de compartir fotografías. Incluso, la figura de los *influencers* ha cobrado mucha fuerza en nuestro país debido al poder que tienen las imágenes. Marta Alonso, autora del libro digital *We Instagram* hace una división de los tipos de fotografías que se publican.

Las imágenes referentes a *foodies*, que son las fotos que más se comparten en la red social al tratarse de platos de comida. Hay más de 10 millones de etiquetas relacionadas con dicha temática, según la autora. También hay fotos al estilo *street photography*, que se caracteriza por capturar un instante de la realidad, la esencia de las escenas cotidianas que ocurren alrededor del contexto en donde se desenvuelven (Alonso, 2015).

Minimal son aquellas imágenes de objetos o detalles que transmiten emociones por sí mismas; asimismo están las fotos *sports*, una de las tendencias de todas las redes sociales posteando contenido sobre deporte, comida sana, estilo de vida saludable. En la actualidad hay más de un millón de etiquetas relacionadas al tema. Otro punto recurrente de publicación son las imágenes sobre viajes o también conocidos como *landscape*.

Las fotos de animales o *pets* son de las favoritas para compartir en todas las redes sociales, no solo en Instagram. De hecho, la primera imagen publicada en esta plataforma fue la de un animal de compañía. Un apartado reconocido en el ámbito profesional son las fotos sobre *architecture*, que son posteadas por expertos del área. Y finalmente, pero no menos importante es lo referente a moda o *fashion*. Las marcas son las que más aprovechan esta opción para subir fotografías de sus prendas y que son apoyadas en gran parte por influenciadores a nivel mundial, donde también entran contenidos sobre belleza.

Otro tipo de representación que se ha vuelto una preferencia en Instagram es el flat lay. Son figuras tomadas en ángulo cenital, es decir desde media altura con la intención de que los objetos se vean planos. Mostrando una suma de objetos que dan cuenta de un contexto que quiera darle el fotógrafo. Guevara hace unas recomendaciones sobre cómo lograr una imagen al puro estilo flat lay (Guevara, 2015).

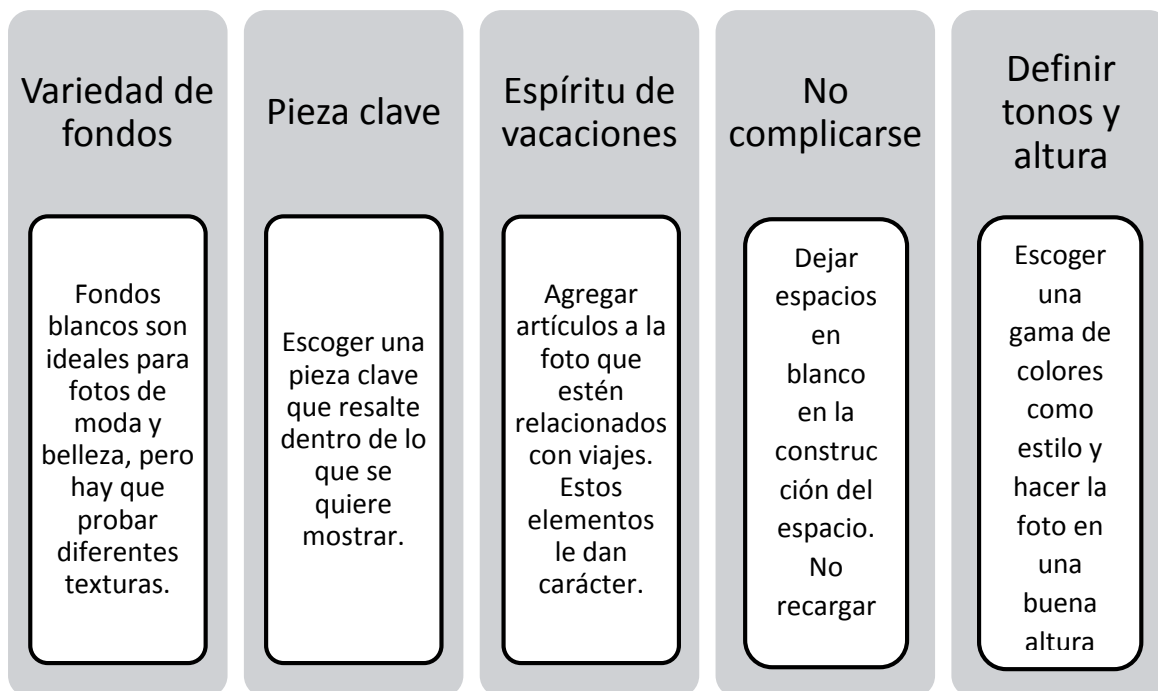


Gráfico 2: Pasos para buena fotografía en el plano flat lay. Fuente Francisca Guevara. Elaboración propia.

3.5.- Estadísticas de Instagram

Según Formación Gerencial, hay más de 13 millones de personas que acceden regularmente a internet en Ecuador. El acceso se realiza desde computadoras, laptops y teléfonos celulares. Las principales páginas de visita por los internautas son Google y Youtube, en las que se realizan búsquedas, navegaciones y consultas.

Con respecto a las redes sociales, quien mantiene el liderazgo indiscutiblemente es Facebook, que cuenta con 11 millones de usuarios registrados en Ecuador. De esa cifra, un promedio de 6,4 millones son activos mensualmente, esto solo a través de la plataforma web, no como aplicación móvil. Instagram pasa a ser así la segunda red social más utilizada en el país (Alcázar, 2017).

A continuación se presenta un cuadro comparativo de los lugares que han ocupado las páginas web más utilizadas en Ecuador en los años 2015, 2016 y 2017.

Ranking Comparativo 2015 - 2017 Redes Sociales Web Ecuador



Enero 2017		Posición Alexa Ecuador			
Posición Ecuador	Página	Enero 2015	Enero 2016	Enero 2017	Variación 2016 - 2017
1	Youtube.com	2	1	2	-50%
2	Facebook.com	1	2	9	-78%
3	Slideshare.net	31	33	22	50%
4	Instagram.com	25	27	24	13%
5	Ask.com	18	15	26	-42%
6	Scribd.com	80	81	49	65%
7	Twitter.com	15	17	59	-71%
8	LinkedIn.com	58	48	101	-52%
9	Tumblr.com	115	68	131	-48%
10	Pinterest.com	86	56	252	-78%

Gráfico 3: Redes sociales más utilizadas en Ecuador. Fuente: Ranking Alexa

En el estudio mencionado, también se incluye un análisis de las aplicaciones móviles más descargadas en Ecuador. La siguiente información sobre las aplicaciones ha sido obtenida de App Annie, según ranking de enero de 2017, en las plataformas *iOS* y *Android*.

RANKING DESCARGA APLICACIONES ANDROID EN ECUADOR ENERO 2017		RANKING DESCARGA APLICACIONES APPLE EN ECUADOR ENERO 2017	
1	Whatsapp	1	Whatsapp
2	Messenger	2	Messenger
3	Facebook	3	Facebook
4	Instagram	4	Instagram
5	Facebook Lite	5	Youtube
6	Snapchat	6	Bitmoji
7	B612 Selfie Camera	7	Snapchat
8	Turbo Cleaner	8	Spotify
9	Sweet Selfie Candy	9	OLX
10	OLX	10	Netflix
11	CM Security	11	Twitter
12	WWE Champions	12	Pinterest
13	Candy Camera	13	Google Chrome
14	Geometry Dash	14	Gmail
15	Subway Surfers	15	Super Mario Run

Gráfico 4: Aplicaciones más descargadas en Ecuador en celulares iOS y Android. Fuente: Formación Gerencial Internacional y Ranking Alexa enero 2017.

El estudio de redes sociales además explica que Instagram, para mayo de 2017, tenía 2,9 millones de usuarios, de los cuales 1,2 millones son activos diarios.

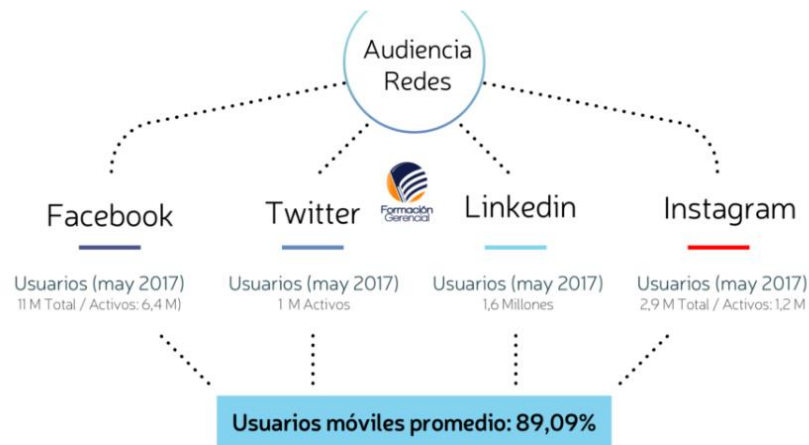


Gráfico 5: Audiencia en redes sociales. Fuente: Formación Gerencial y Ranking Alexa 2017.

El sitio web Alexa, mencionado anteriormente, proporciona datos de tráfico, clasificaciones globales, por países e información sobre estadísticas para que los usuarios puedan medir resultados. Lo hace a través de gráficos y cuadros donde se pueden apreciar crecimientos y decrecimientos, además de escala de posiciones. A continuación se muestra un cuadro elaborado por Alexa, donde se muestran las posiciones de las páginas web más visitadas en Ecuador. En la lista, Instagram se ubica en el puesto 24. Pero a pesar del lugar, es la segunda red social a la que más acceden los usuarios, la primera es Facebook en el puesto 4 (Alexa, 2017).

Site	Daily Time on Site
1 Google.com.ec Buscador que enfoca sus resultados para este país y a nivel internacional tanto en español como... More	6:38
2 Youtube.com User-submitted videos with rating, comments, and contests.	9:12
3 Google.com Enables users to search the world's information, including webpages, images, and videos. Offers... More	8:11
4 Facebook.com A social utility that connects people, to keep up with friends, upload photos, share links and ... More	10:54
5 Elcomercio.com El sitio digital del Diario más comprometido con la gente de Ecuador. Publica información actua... More	6:24

18	Slideshare.net SlideShare is the world's largest community for sharing presentations. With 50 million monthly ... More	3:17
19	Taringa.net Damos el poder de encontrar, compartir y buscar ideas	4:17
20	less.gob.ec Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. Ofrece enlaces sobre historia laboral, empleadores, ... More	8:32
21	Studiofutbol.com.ec StudioFutbol :: El Primer Diario de Digital de Futbol del Ecuador	4:17
22	Olx.com.ec	10:16
23	Mercadolibre.com.ec Sitio de compra y venta, socio de eBay en America Latina.	7:55
24	Instagram.com	5:30

Gráfico 6: Páginas más visitadas en Ecuador. Fuente: Ranking Alexa enero 2017.

3.6.- Instagram como herramienta de posicionamiento

Desde que Instagram permitió pautar publicidad, empresas y personas han visto en ella una forma de llegar a su público de manera diferente. Las compañías se vieron en la necesidad de reestudiar los comportamientos de los usuarios y los consumidores, que en la actualidad están basados en nuevos hábitos de vida, de formas de socializar, influenciar y ser influenciados.

El portal web 40 de fiebre, especializado en marketing y redes sociales, explica que la red social es una herramienta de posicionamiento efectiva para las marcas e indica que para su funcionamiento adecuado hay que tomar en cuenta que las publicaciones deben ser diarias, para así comprometer a los seguidores; las fotografías tienen mayor acogida que los vídeos en la plataforma. Son consideradas un 26% más atractiva.

Otro punto importante es que la utilización de imágenes de personas usando un producto, sea quien maneje la red social, crea mayor empatía con el usuario, ya que es más real la vinculación. De hecho, esta es la actividad en la que los influenciadores trabajan para promocionar sus contenidos de forma honesta. Además, se aconseja usar al menos cinco *hashtags* para así no saturar la publicación, contrario al estilo de posteo que realizan las personas en Instagram. Asimismo, está comprobado que las fotos en las que aparecen

individuos reciben mayor interacción de los usuarios, que en las que se muestran simplemente objetos o detalles. Es mejor contar una historia, manejarlo desde la experiencia como usuario (Villarejo, 40 de febre, 2016).

Entre otros de los temas importantes que se resalta en el portal web, se explica que hay cinco puntos para disparar la visibilidad de una marca. El primer punto consiste en aprovechar los contenidos que los usuarios generan sobre la marca. El público sigue a una determinada cuenta porque gusta de las publicaciones e información que en ella se realizan. Por eso no está de más, incluso como forma de agradecimiento y compromiso con las personas, responder, *repostear*, o compartir el material. Incluso, así será más real la identificación del producto o servicio con las personas.

El segundo punto es tener una línea gráfica que permita identificar a la marca en todas las redes sociales. Es importante que se establezcan formas, colores, símbolos, que sean distintivos de la empresa, para que los usuarios pueden identificarlos y no hayan confusiones. La línea gráfica debe ser la misma para todas las plataformas en las que esté la marca. El tercero consiste en que al utilizar *hashtags* se puede incrementar el alcance de las publicaciones. Lo ideal de compartir fotografías y vídeos es acompañarlos de estos símbolos que sean personalizados y distintivos, o hacer uso de algunos conocidos mundialmente (Parra, 2016).

Como cuarto paso implica generar contenido que diferencie a la marca de otras. La imagen o vídeo debe captar la atención del público y contener todo lo que se le quiere decir al usuario, de manera clara. Y el quinto punto que apunta a que las imágenes son poderosas, pero los vídeos también lo son. Instagram permite subir vídeos de un minuto, por lo que se aconseja ser creativo en el material que se publica.

El bloggin Zenith coincide con los cinco puntos mencionados, pero precisa que otra estrategia que ayuda a promocionar a la marca en Instagram, y que es una tendencia en auge, es la utilización de *influencers* y micro influenciadores (Bloggin Zenith, 2017).

Contrario a lo que se puede pensar, dentro de las redes sociales también se puede evaluar la gestión que se ha realizado, de allí que las compañías ven en ella un negocio en potencia. Santiago Zuccherino en su libro Social Media Marketing explica que algunas métricas

importantes para medir en esta red son el número de seguidores, *engagement*, tráficos en otros sitios y *hashtags*. En el primer apartado se puede llevar un registro del aumento de seguidores teniendo presente el contenido publicado, la pauta y la promoción en otras redes para entender cómo esas variables afectan la adhesión a la cuenta.

El segundo punto responde a la contabilización de los me gusta y comentarios, es decir, analizar los contenidos según su interacción. Donde se puede calcular el compromiso de la audiencia con el promedio de ambos factores dividido por la cantidad de los *followers*. El tercer tema se refiere a que mediante herramientas externas se puede conocer las fuentes del tráfico, lo que permitirá entender si el perfil genera conexiones con otras plataformas. Y el cuarto con respecto a los *hashtags*, que como se ha mencionado antes, facilitan la interacción al poder ver el contenido compartido con el mismo etiquetado (Zuccherino, Social Media Marketing, 2016).

Vilma Nuñez, establece que las métricas para calcular el *engagement rate* –ratio de compromiso- en instagram es a través de las publicaciones donde se contabilizan me gusta y comentarios; en las historias donde se analizan visualizaciones y mensajes directos y los vídeos en los que se mide visualizaciones, me gusta y comentarios. Afirma que existen varias fórmulas para poder precisar valores de una sola publicación, pero que la más utilizada por las empresas es la que se muestra a continuación donde el total de interacciones se divide para el total de seguidores de la cuenta y se multiplica por 100 (Nuñez, Vilma Nuñez, 2017).

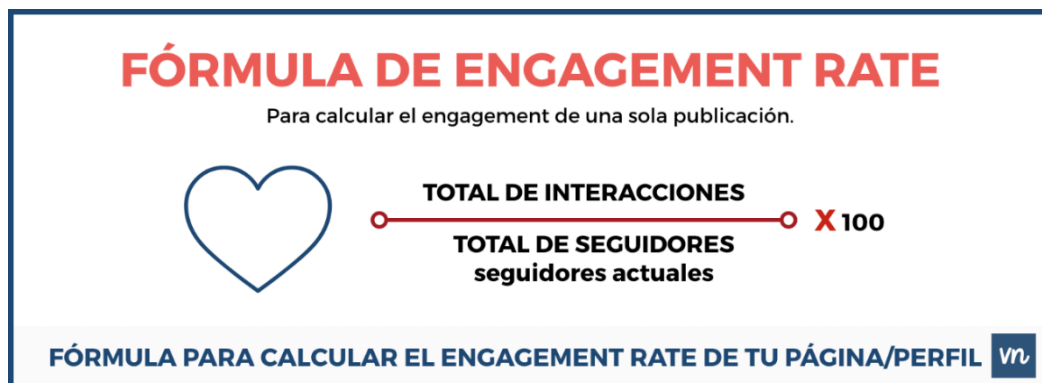


Gráfico 7: Fórmula para medir el engagement de una publicación. Fuente Vilma Nuñez.

4.- Influenciadores (influencers)

4.1.- Conceptos del término

En el Ecuador, la figura de los influencers no es algo sobre lo que se tenga gran conocimiento, pero diferente es la realidad internacional, donde el fenómeno de los influenciadores ha estallado en los últimos años gracias a las redes sociales. En el país, la utilización de estas personas para trabajar en campañas con marcas es apenas nuevo. Es una actividad que está en auge y a la que empiezan a apostar cada vez más las empresas.

Para Zuccherino (2016), un influenciador es una persona real o ficticia cuyas publicaciones (contenidos) generan un impacto (*engagement*) sobre el público de la web, movilizándolos a tomar decisiones. Marketing Directo, amplía la definición afirmando que son:

Individuos que generan información de productos, servicios o, gracias al fenómeno de las redes sociales, de cualquier tema de actualidad. Regularmente se especializan o hablan de un tema o categoría en específico y, por lo general, tienden a interactuar y a participar con otros usuarios compartiendo sus opiniones, pensamientos, ideas o reflexiones (Piedrahita, 2016).

Estas personas influyentes en redes, que cuentan con credibilidad sobre los temas que tratan, “pueden llegar a convertirse en un prescriptor interesante para una marca” (Puyol, 2016), ya que su presencia en el medio digital es fuerte y por tanto puede convertirse en uno también para la empresa.

Estos usuarios tienen en su poder la capacidad de difundir mensajes “de manera efectiva con el objetivo de generar un *worth of mouth marketing* positivo” (Mañez N. , 2016). El concepto del marketing boca a boca -de sus siglas en inglés- es una tendencia clave que consiste en cómo las marcas se preocupan por sus clientes, con los que intentan mantener un diálogo y una buena relación.

Por su parte, Laura Alfonso explica que la influencia que ejercen las personas en las redes sociales:

Tienen que ver con el contexto y no con el individuo, y por tanto viene definida como la intersección entre la persona y una determinada temática. Es decir, la influencia es un fenómeno dinámico, lo que tiene unas implicaciones enormes en las acciones de marketing, ya que no vale identificar a aquellos usuarios que tengan más seguidores, sino aquellos cuyos despertan interés. (Alfonso, 2016)

Esa influencia que pueden ejercer estas personalidades sobre los demás, los ha catalogado también como líderes de opinión, expertos que saben cómo potenciar su marca personal (Navarro, 2017). Los influenciadores intervienen de forma positiva o negativa sobre la compra de un producto. Pero además “ayudan a tomar decisiones a otras personas al transmitir un mensaje comercial de una forma más creíble. Puede incrementar la credibilidad de los productos y/o servicios y llegar de forma más sencilla al público objetivo” (Mañez R. , 2017).

Si bien dichos individuos tienen gran número de seguidores, esa variable no define si su imagen y los contenidos que generan son y serán efectivos. Andrés Arias, experto en mercadeo digital, asegura que la utilización de esta figura es una tendencia y se ha afianzado debido a que:

Las marcas buscan figuras que no necesariamente sean siempre máximas estrellas del deporte o la música, pero que por la manera como manejan su imagen en redes se convierten en canales de publicidad más efectivos que incluso los medios tradicionales de comunicación. (Cardona, 2017)

En ese mismo sentido, Arias acota que los *influencers* y las marcas han comprendido que las redes sociales no son solo un medio para compartir fotos atractivas o comunicarse con amigos. Sino que además son un canal digital publicitario de alcance mundial e inmediato con un impacto profundo en la generación *millennial*.

Claudia García, experta en mercadeo en Colombia, afirma que para que un *influencer* pueda llegar a tener rentabilidad de la actividad que realiza a través del medio digital, “estas figuras muestran una imagen fresca y descomplicada que atrae, pero para cualquiera que quiera hacerlo es recomendable definir un tema específico para atraer a marcas precisas y que ese mensaje llegue efectivamente al público” (Cardona, 2017). De ahí que los influenciadores seleccionan un nicho en el cual son expertos y gozan de credibilidad de parte de su audiencia.

4.2.- Características del influenciador

Para que un *influencer* sea considerado como tal, debe cumplir con ciertas características.

Hans Hatch Dorantes, en la web de Merca2.0 presenta a los factores para considerar a una persona común como influyente (Dorantes, 2012):

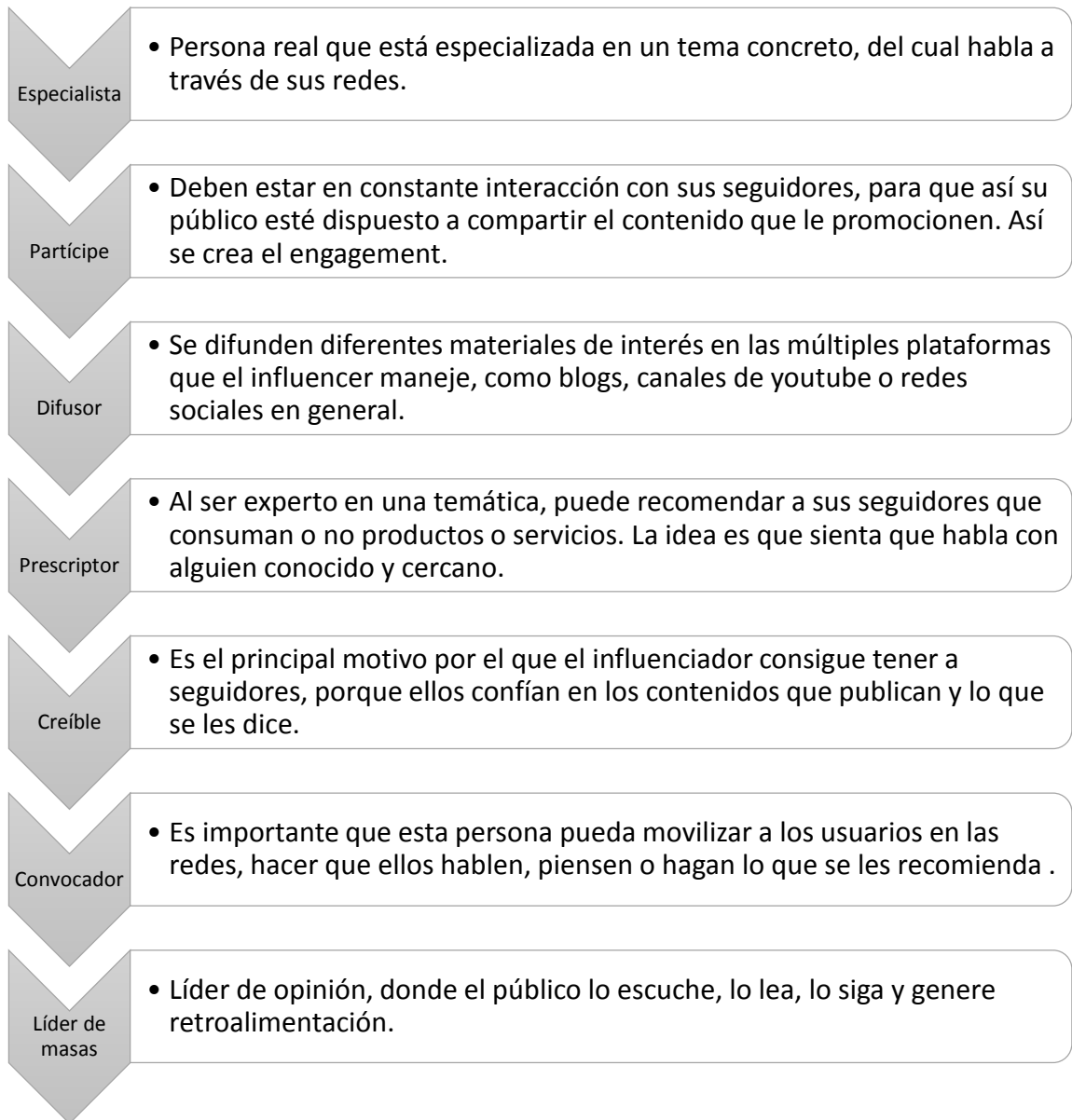


Gráfico 8: Características del influenciador. Fuente: Hans Hatch Dorantes. Elaboración propia.

La empresa Fheel, especializada en el tema de los *influencers* y su manejo con las marcas, en su página web acota que el influenciador debe contar con las siguientes características para merecer ese título. El primer indicador es la constancia, publicar de manera continua información en el perfil para mantener interesada a la audiencia.

Otro punto a tener en consideración es la calidad de los contenidos que se postean. Las imágenes que se realicen y el texto que se redacte deben ser analizados antes de ser publicados. Además se debe revisar la ortografía y gramática. Una de las variables más importantes es la sinceridad. A mayor sinceridad, hay más confianza de su público. Es mejor hablar desde la experiencia real como consumidor.

Esta persona debe tener habilidad para comunicarse de manera eficaz con los usuarios. Ese será su enganche para lograr atención de parte de sus seguidores. Es de suma importancia escuchar a la audiencia. Los *influencers* deben procurar contestar a sus seguidores, interactuar con ellos, así generan compromiso, afinidad con ellos y se recibe comentarios de su parte, lo que se conoce como el *engagement*. (Fheel, 2016).

4.3.- Tipos de influencers

Muchas personas pueden ser consideradas como influenciadores, pero es necesario saber elegir al adecuado para el trabajo y los objetivos de la campaña que pretenda iniciar una marca. Por eso es importante conocer los tipos y las características que permiten identificarlos como tal. La revista online *Young Marketing* hace una clasificación sobre esta temática (Villaveces, 2017).



Gráfico 9: Tipos de influenciadores. Fuente: Sergio Villaveces. Elaboración propia.

La experta en marketing de *influencers*, Vilma Nuñez, a través de su blog coincide con la clasificación mencionada y precisa que el éxito de trabajar con estas personas radica en que ellos son en realidad los consumidores que más pueden beneficiar a una marca si empiezan a escribir o publicar fotografías que propicien su presencia en redes sociales (Nuñez, Vilma Nuñez, 2013).

Por otro lado, Rubén Mañez hace una división más resumida de los tipos de *influencers*. Él acota que existen los *celebrities*, que son los que construyen la imagen de marca, se los utiliza con el fin de ser el rostro del producto y por tanto cobran una suma considerable de dinero. Los líderes de opinión facilitan que una marca adquiera notoriedad. Los prosumidores (productores-consumidores) son los que influyen directamente en las decisiones de compra, ya que su principal función es activar a los usuarios para que confíen en la marca y terminen adquiriendo el producto o servicio (Mañez R. , 2017).

Micro influencers

Como parte del concepto de esta tendencia, se ha acuñado otro término para hablar sobre aquellas personas que ejercen influencia sobre otros. Así es como nace la figura del *micro influencer*.

Son usuarios que cuentan con un número reducido de seguidores, que suele ser menor de los 10.000. Sin embargo, las personas que los siguen son mucho más leales y están más comprometidos con los contenidos que publican en sus perfiles. Son personas comunes que generan información en redes y que hablan sobre sus intereses en relación a un nicho concreto (Zenith Media, 2016).

"Los *micro-influencers* no tienen cientos de miles de seguidores pero sus contenidos son genuinos y creíbles para su reducida audiencia" (Casas, 2017). Y aunque no llegan a manejar grandes audiencias, cuentan con gran capacidad de prescripción en ese pequeño público que tienen, muchas veces incluso más que los *influencers* como tal (Serrano, 2017).

Esta figura del *micro influencer* también empieza a coger fuerza dentro de las estrategias de marketing en Ecuador, pero para este estudio solo se analizará cuentas de influenciadores, con un número de seguidores mayor a los 10 mil.

4.4.- ¿Cómo identificar a un influenciador y escoger al adecuado?

Teniendo un conocimiento sobre los distintos tipos de influenciadores que existen, es tiempo de precisar qué es lo que buscan las empresas, o esperan tener como resultados. Desde que las personas empezaron a sentir rechazo por la publicidad tradicional, en la que solo se promociona las bondades de un producto o servicio, la figura de estos usuarios influyentes cobró sentido como una manera real, natural, espontánea de hacer estas campañas.

Para poder llegar a los *influencers* idóneos para nuestra campaña, debemos analizar el tipo de conexiones que se producen en los medios sociales. Por ejemplo, debemos estudiar la cantidad de contenido que se publica en un perfil, las comparticiones y menciones que reciben cada una de estas publicaciones, los

comentarios y “me gustas” que obtiene cada una de ellas y la evolución del número de seguidores. (Villaveces, 2017)

Por su parte, Ana Benítez y Violeta Navas, en su trabajo de título sobre el fenómeno fan y la figura de los *influencers* en redes sociales, amplían que aunque es importante el número de seguidores de una cuenta cuando se selecciona a un personaje influyente,

Tampoco se debe de centrar toda la atención en este dato ya que en la actualidad no se sabe si el número de *followers* puede ser real o comprados. Por ello, se valoran otros datos más importantes como es el caso del *engagement* o la calidad de las publicaciones. (Benítez Tirado & Navas Ortega, 2016)

Contrario de lo que se piensa, “no todos los influenciadores encajan con nuestra marca y por ende, con nuestra estrategia online. Por eso, es necesario empezar a identificar a aquellos que se asemejen a nuestros valores y a los objetivos que queremos conseguir” (Villarejo, 40 de fiebre, 2016). De ahí que las distintas empresas que manejan la relación y contacto de los influenciadores con las marcas, definan distintos parámetros para la selección de estas personalidades.

Por su parte, Mañez resume las características que buscan las marcas antes de trabajar con *influencers*, en tres parámetros: el alcance que se consigue mediante sus publicaciones gracias a su popularidad; la relevancia que tienen sus mensajes gracias a la confianza que tienen sus seguidores en él o ella y el *engagement* (compromiso) que consigue con sus seguidores. (Mañez R. , 2017)

Eric Peyrelongue, experto en tecnología digital, de la empresa Relevant Traffic, recomienda elegir al influenciador de acuerdo a la afinidad, que consiste en que el público objetivo se debe sentir identificado con el *influencer* y hablar en su mismo tono. El sexo y edad deben considerarse en base al target del servicio, producto o marca que se desea promocionar.

La consistencia se refiere a que el contenido generado -vídeos, imágenes, artículos u opiniones-, debe mantener ciertos niveles de calidad y cumplir con la generación de interés por parte del público objetivo al que se quiere llegar. Y el círculo de influencia, que implica desde dónde y para quién habla; cuál es el número de seguidores reales que tiene;

cuál es su capacidad para generar conversaciones y cuál el alcance e impacto que provoca. (Peyrelongue, 2015)

Esto muestra que aunque los parámetros con los que se mida a los *influencers* varían de acuerdo a los intereses de quien los contrata, lo que hay que tener en cuenta para seleccionarlos es si son capaces de generar conversación, crear contenido original y conseguir *engagement* en el nicho en el que se desenvuelven.

4.5.- Influencers en Instagram

La forma de comunicarse entre las personas cambió a raíz de la aparición de las redes sociales. Mucho más fue la transformación de la comunicación entre las marcas y los consumidores, desde que estas plataformas se convirtieron en un medio con mayor alcance para las personas, que todo lo buscan en internet.

Las marcas y empresas descubrieron el valor de contar con líderes de opinión en el mundo digital y empezaron a trabajar con ellos en campañas debido a la pérdida de credibilidad en la publicidad tradicional. A la hora de decisiones de compra, tema que es clave para toda empresa, los influenciadores tienen el poder. De acuerdo a un estudio realizado por Deloitte en Estados Unidos, el 47% de los *millennials* son influenciados a la hora de comprar por lo que consumen en sus redes sociales (Zuccherino, Social Media Marketing, 2016).

“Hemos dejado de lado el pensar que todo lo que nos dice una campaña de publicidad es cierto, por lo que la figura de los *influencers* está cobrando más sentido que nunca en las campañas online” (Villarejo, 40 de fiebre, 2017). Por eso se recurre a estas personas para que sean los portavoces y transmitan el mensaje que la marca quiere dar a su audiencia. De hecho, al ser ellos usuarios de la marca, logran que sus contenidos sean más naturales y transparentes, como si un amigo, familiar o alguien cercano te lo recomendara.

Los consumidores confían en las opiniones de aquellos que pertenecen a su grupo de social media, como amigos, bloggers y celebrities, más que en los mensajes que reciben directamente de las marcas. Como resultado, las marcas y los comercios tratan de construir relaciones con influenciadores para conseguir la atención de los consumidores. (Tap Influence, 2017)

Las organizaciones apuestan por estos personajes para buscar credibilidad y confianza, que no tienen por sí mismas, pero eso no quiere decir que las marcas dejarán de lado a la publicidad tradicional.

Las marcas tienen muchas dificultades para ser creíbles en sus mensajes. Con un *influencer* ganan en credibilidad, si sigues a alguien es porque te lo crees y por lo tanto si recibes información de esa persona eres más propenso a creerlos. (Sans, 2017)

Las empresas deben evolucionar a medida que el mundo globalizado lo hace. En ese sentido, la figura de los influenciadores desempeña un papel fundamental, al ser una fuerza del cambio en la forma de comunicar (Montse, 2017). Esto implica que cuando se los contrata es necesario incluir sus conocimientos en los proyectos que impulsa la empresa. Establecer objetivos y misiones claras, para así tener definidos los resultados que se esperan de su gestión a través de las redes sociales.

La definición de los objetivos sobre los que trabajan los *influencers* varía de acuerdo a los intereses de la organización en la que estén participando. Según Villarejo (2017), el 70 % del *engagement* de las marcas proviene del trabajo que se hace con ellos. Esto quiere decir que, el compromiso que tienen los consumidores con las organizaciones, en gran parte se debe a la gestión que hacen.

Conociendo la importancia de trabajar con influenciadores, aún queda la interrogante sobre ¿qué red social es la adecuada para realizar campañas?

La plataforma de marketing Hashoff, situada en Estados Unidos, realizó una encuesta a 300 influenciadores del país norteamericano con el propósito de determinar sus comportamientos y acciones dentro de las redes sociales. El informe arrojó que estas personas dedican al menos 4 horas de trabajo a las redes, 56%.

El estudio también afirma que en un 25,9%, ocupan entre 30 y 60 minutos a trabajar en cada actualización, que luego formará parte de los contenidos en los perfiles. Asimismo se indica que, Instagram es la red social favorita que utilizan los influenciadores. El 99,3% dijo que esta plataforma es la adecuada para establecer contacto con la comunidad de internautas, crear colectividades y por la oportunidad de conectar con marcas (Morrison, 2017).

A continuación se muestra un gráfico donde se establece la preferencia de los *influencers* consultados en la investigación mencionada, sobre la red social adecuada para hacer este trabajo.

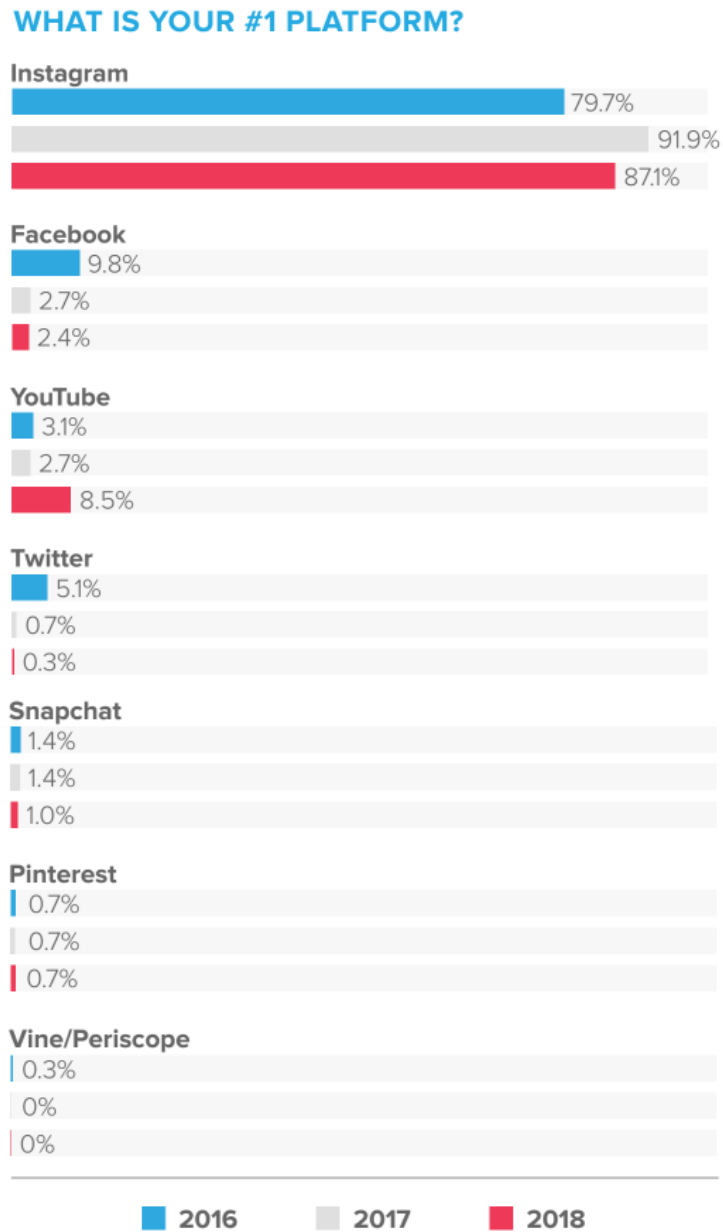


Gráfico 10: Preferencias de influenciadores sobre redes sociales. Fuente: Reporte anual de Hashoff.

El portal web Puro Marketing precisa que el atractivo que tiene Instagram se basa en un elemento que triunfa en las *social media*, y ese es el poder de la imagen, un concepto ligado con la realidad y el contexto en que vivimos. “La aplicación nos permite adentrarnos en un universo aspiracional, en el que es favorable el éxito de influencers, aquellos a los que seguimos por querer aspirar a ser, en cierto modo, como ellos” (Puro Marketing, 2015).

Según un estudio de la firma Social Bakers, publicado en mayo de 2017, a través de Instagram se ha conseguido mayor engagement para las marcas que también poseen cuentas en Facebook. A pesar de que Facebook tiene 1,94 billones de usuarios activos e Instagram apenas 700 millones de usuarios mensuales activos, esta red social ha logrado que las marcas tengan 3,6 veces mejores resultados. El estudio compara las cifras absolutas que representan los “me gusta” o likes, las veces compartidas, comentarios y las reproducciones o vistas en ambas plataformas (Heine, 2017).

A pesar de las estadísticas, se afirma que los resultados no implican que las marcas o personajes públicos deben trasladarse enteramente a Instagram y abandonar Facebook. Es más, se precisa que lo que puede resultar una estrategia efectiva para estos dos sectores, no necesariamente funciona con otro tipo de usuarios.

Para explicar esta teoría se pone como ejemplo a un medio de comunicación, que necesita publicar constantemente noticias y realizar enlaces a sitios webs. Es aquí cuando Instagram no logra cubrir la demanda de su potencial cliente, objetivo que sí puede ejecutarlo en Facebook. Lo que deja en clara evidencia que el desempeño y efectividad de una red social depende mucho de las intenciones y metas que cada internauta tenga.

Comunicación corporativa: marketing de influencers

Las empresas y las formas de comunicación continúan en construcción. En un inicio esta comunicación era unidireccional y plana, solo de la compañía hacia su audiencia, pero en la actualidad, es interactiva, bidireccional, en la que ambas partes son emisores y receptores y se da paso a la retroalimentación.

Las organizaciones deben velar por estrategias de comunicación internas y externas donde es vital diseñar acciones que respondan a las necesidades específicas de la empresa y del público al cual se dirige los mensajes. La comunicación se puede clasificar en dos categorías, dependiendo del público al que se dirija el mensaje.

Por una parte se encuentra la comunicación interna, que se efectúa dentro de la organización y sus actividades, crea y mantiene relaciones entre los miembros de la empresa, motivándolos a propiciar un clima laboral adecuado. La comunicación externa se refiere a los mensajes por parte de la organización hacia el público, buscando proyectar una buena imagen y promover sus productos o servicios. Esta abarca las relaciones públicas y la publicidad (Rojas, 2017).

Carmen González Román, experta en comunicación interna destaca la importancia de mantener un ambiente laboral ideal.

Los medios sociales de una compañía son más creíbles que su publicidad, las empresas deberían pensar seriamente en dotar a sus empleados de los medios necesarios – y obviamente, de autoridad- para desarrollar comunidades, generar conversación con clientes y la sociedad en general y, de este modo, construir relaciones de auténtica confianza. (Next Internacional Business School, 2017)

La comunicación corporativa responde a crear canales de interacción entre empleados-empresa, y empresa-público. En esa búsqueda de medios para interactuar, se emplean diversas estrategias para establecer una relación.

El marketing de influencias es una de las tácticas entre los recursos de comunicación corporativa. Consiste en la identificación de líderes de opinión y creadores de tendencias en distintos sectores para que una empresa o marca pueda dirigirse mejor a su público objetivo. Lo que puede resultar efectivo, por ejemplo, para una marca de ropa es tener a una bloguera que sea experta y tenga gran acogida de sus seguidores.

Se trata de captar la atención de estas personas influyentes con el fin de que compartan informaciones o noticias acerca de la empresa en cuestión, para que lleguen a sus distintas audiencias. Esta técnica de marketing permite multiplicar el impacto y la difusión de estos mensajes, logrando no solo que lleguen a más personas, sino que lo hagan bajo el paraguas de una figura que admiran y respetan. (Dircomnews, 2015)

Según un estudio realizado por Augure, en la que se realizó entrevistas a 650 profesionales del marketing y la comunicación, el 60% de la población europea invierte en el marketing de influencers. El estudio indica que un 73% de los expertos que incluyen esta estrategia entre sus planes de comunicación está satisfecho con sus resultados.

“El marketing de influencia busca lograr credibilidad generando estrategias colaborativas entre empresas e influenciadores, para crear contenidos que conecten a la marca con su público de una forma más natural y espontánea” (Obeso, 2017). Esta estrategia es la que compañías han tomado como parte esencial de sus proyectos de comunicación. Apuestan a crear vínculos entre la entidad y los influencers con su target. A continuación se muestran tres escenarios de intercambio entre estas figuras (Nuñez, Vilma Nuñez, 2014).



Gráfico 11: Escenarios típicos en Marketing de Influencia. Fuente: Blog Vilma Nuñez.

5.- Reputación online

5.1.- Concepto de reputación

Según la Real Academia de la Lengua, el término reputación implica la “opinión o consideración en que se tiene a alguien o algo” (Real Academia Española, 2017). Para la empresa Lorrente & Cuenca, la reputación es

El resultado de la percepción y opinión que los grupos de interés tienen respecto a los compromisos que la empresa, de forma pública o no, directa o indirecta, ha definido en diferentes dimensiones. Lo anterior, a su vez, es el resultado de la forma en que la empresa se relaciona con sus interlocutores críticos siendo esa “forma” el camino que la empresa ha decidido para trasladar y posicionar los atributos que ha elegido para competir. (Cuenca, 2013)

Cuando se piensa en el término en cuestión, se habla de la imagen que tiene una persona, empresa, corporación, es decir, lo que caracteriza o se dice de alguien. En el medio profesional es vital referirse a mantener una buena reputación ante los demás, usuarios, clientes o *satkeholders*.

La reputación es la realidad de una empresa fruto del cumplimiento a lo largo de su historia de sus compromisos con sus actores implicados: empleados, clientes, accionistas, proveedores... comunicada eficazmente. Es por tanto la reputación un fenómeno en alza, que tiene la misión de añadir valor aunque se trate de un intangible no reconocido en el capital de la compañía. (Díaz, 2004)

El mismo concepto trasladado a los medios digitales adquiere otro significado. En las plataformas web, cuando se habla sobre reputación online se refiere a la “opinión o consideración social que otros usuarios tienen de la vivencia en internet de una persona u organización. Es por tanto una parte de la identidad digital” (Ineet, 2017).

Al referirnos a la identidad digital, se hace alusión a la información sobre una persona que tiene cuentas en internet, en la que todos sus datos personales, imágenes, vídeos, registros de comentarios, perfiles de redes sociales están disponibles para ser vistos por otros usuarios.

Todo lo que nos rodea dentro del mundo 2.0, las opiniones que se tienen sobre nosotros, la imagen que damos, la profesionalidad, la moralidad y muchos más factores que conformaran la reputación que tendremos en Internet. Dependiendo de nuestra reputación online, la gente tendrá una mayor o menor confianza en nosotros, lo cual tendrá unas grandes repercusiones. (Ayala, 2016)

Esta reputación se juega un papel importante todos los días a través de los medios digitales. Se encuentra expuesta las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Todo lo que se realice dentro de internet puede beneficiar o perjudicar a la imagen de la persona u organización. Y con esto, no solo nos referimos a los contenidos que uno gestiona, que deben ser de buena calidad, sino de las respuestas que se reciben de parte de los internautas (Webb, 2013).

La reputación digital se crea o se genera a través de una doble vertiente. Por un lado influye la información, contenido, campañas, etc. que vuelca la marca en redes sociales y medios digitales y, por otro lado, está la información, opinión, etc. de las personas o público que conversan sobre dicha marca. (García R. C., 2015)

Miguel del Fresno amplía el concepto de este término dentro de la web 2.0 afirmando que:

La reputación online es posible identificarla, extraerla, clasificarla y analizarla, a partir de las opiniones que los usuarios diseminan en los sites que facilitan las reseñas y opiniones sobre marcas, productos y servicios de las organizaciones y sus competidores. Lo más característico de la reputación online es que los sujetos investigados expresan sus opiniones en la web 2.0 sin la obligación de ceñirse y someterse a cuestionarios estandarizados o guiones que restrinjan su experiencia a favor de las cuestiones decididas de antemano por un investigador. (Fresno, 2011)

La imagen y prestigio de una marca o de una persona en el ámbito del internet puede resultar dañada en cualquier momento, es tan fácil como que un usuario escriba un comentario negativo sobre los productos o las acciones que realiza un individuo. Las organizaciones y personas deben saber responder de forma efectiva ante estos inconvenientes. Las redes sociales, son por lo general, el medio donde se generan más críticas que pueden derivar en crisis de reputación online (Marketing directo, 2014).

Estas plataformas digitales son indispensables porque nos permiten tener más visibilidad e imagen, por eso es vital trabajar los perfiles sociales. No sirve solo crear la cuenta en una red social, sino que se debe gestionar la información que se comparte. Y aunque el contenido es de suma importancia, también hay que mostrar a los seguidores que sus comentarios, positivos o no, generan interés en quien tramita las cuentas (Ayala, 2016).

5.2.- ¿Cómo se gestiona la reputación online?

Las marcas necesitan entablar relaciones con sus potenciales clientes y con sus usuarios, conocer los intereses de la audiencia que los sigue y llevar un control de los contenidos que se generan para las diversas plataformas que están en la web, para evitar la viralización de temas que manchen sus reputación online, por eso motivo es indispensable conocer cómo se la debe gestionar.

Ya que cada vez son más las personas que están inmersas en internet, este medio se ha convertido en la primera imagen de la empresa ante los ojos del público y que permite establecer características para definir su identidad como marca. Juan Carlos Mejía explica que es vital tener en cuenta los siguientes aspectos cuando de reputación online se habla.

Como primer punto señala que las decisiones importantes se reducen a búsquedas en la web, refiriéndose a que las personas acuden a buscadores como Google como un medio inmediato para obtener información y tomar decisiones. Las redes sociales constituyen canales por los cuales los internautas recopilan datos sobre las empresas, donde el método que se ha vuelto efectivo son las estrategias de comunicación con los *influencers*.

El segundo apartado se refiere a que los resultados de las búsquedas online no siempre son positivas. Dentro de internet y las redes, los usuarios pueden compartir sus experiencias con las marcas para generar referentes sobre los servicios o productos que estas promocionan. El contenido que se genera, por más bueno que sea, siempre contará con detractores que hablarán negativamente. Por eso es necesario que la empresa esté clara sobre cómo actuar en esos casos específicos. Además, mediante los buscadores se puede determinar qué tan posicionada está una marca entre su público objetivo.

Y el tercer factor es que internet no es un lugar hospitalario. Las personas naturales y empresas deben ser responsables con los contenidos que generan y que se publican dentro de las redes sociales y de la web. Actualmente todo lo que se comparte dentro de las plataformas puede tener tanta repercusión que tan solo en unas horas puede convertirse en algo viral, sobre todo si se habla de información negativa. “Tu marca entra a ser expuesta inmediatamente a experimentar daños que tienen el potencial de manchar tu reputación. Por estas sencillas razones, lo mejor es adaptarse a las demandas de la comunidad virtual, las cuales están en constante evolución” (Juan Carlos Mejía Llano, 2017).

6.- Opinión Pública

Hablar sobre opinión pública es un tema difícil de tratar. El problema radica desde el ámbito en que se quiera analizar este concepto. Esta temática por lo general se la suele relacionar con la política y los estados en la construcción de su democracia, pero para el desarrollo de este estudio, se pretende abordar la opinión pública desde la visión del periodismo y la comunicación en general.

En efecto, independientemente de la perspectiva que adoptemos, lo que más claramente define a la opinión pública en las sociedades desarrolladas es la influencia que tienen los medios de comunicación de masas en su formación. Los medios se constituyen en auténticos mediadores entre los líderes y el público, y aún más: son los encargados de establecer las coordenadas del debate público. (Universidad do Brasil)

Los medios de comunicación son los encargados de transmitir las opiniones de las élites al público en general, son los que interactúan, mantienen informados a las personas sobre lo que sucede con los personajes inmersos en la sociedad.

El estudio de la opinión pública ha de tomar en consideración, pues, lo que opina la gente, cómo formamos nuestros pensamientos acerca de los asuntos públicos, cómo los transmitimos a los demás y cómo las opiniones que circulan entre las personas llegan a ser una parte sustancial de la realidad social. Cuando la gente habla entre sí y pone en circulación sus opiniones en el espacio social, contribuye a la formación de un tejido social específico, intangible y a la vez aprehensible para casi todos. (Ferrerres, 2009)

A partir de esas premisas se explica que a estas personas que manejan la opinión pública dentro de una sociedad se los conoce como líderes de opinión. El diccionario de Marketing Directo los define como “aquellos que por su popularidad o competencia son imitados o seguidos, por su simpatía o credibilidad, influyendo como prescriptores” (Marketing Directo, 2016).

Y a partir de este concepto es cuando volvemos a pensar en la labor que realizan los influenciadores, cualquiera sea su plataforma, ya que ellos se han convertido en líderes de opinión en el nicho donde ejercen su actividad. Ellos cumplen con su tarea de transmitir contenidos, de mostrar momentos de su vida, de contar a través de historias con el único objetivo de influenciar a su público hacia un estilo de vida aspiracional. El público que sigue a estas personas influyentes ven en ellos un medio de recomendaciones, un modelo ideal, y un canal para la toma de decisiones.

La red permite que nuevas personas obtengan el estatus de *influentials*. Y es que gracias a Internet, personas que no son líderes en la vida cotidiana, en la vida real, sí que pueden serlo a través de los medios administrados por ellos mismos en internet. (García M. G., 2013)

Los *influencers* a través de las imágenes y texto que hacen en sus publicaciones, se convierten en generadores de opinión. Son comunicadores de públicos masivos dentro del

internet y que tienen gran repercusión dentro de la plataforma. Estos personajes ejercen dicha influencia porque son expertos en los temas que tratan y eso los transforma en una fuente confiable para sus seguidores.

El líder de opinión necesita tener habilidad para comunicar de forma efectiva sus ideas y mensajes a su público. Esta figura debe exponer de forma directa sus pensamientos o argumentos y potenciar continuamente vínculos de identificación con sus seguidores. Rol que desempeñan los influenciadores dentro de las redes sociales de manera prolija.

Los líderes de opinión, que antes representaban de forma clara algunas figuras concretas, hoy son más numerosos y menos identificables gracias al altavoz que significa la red. Sin embargo, las habilidades de los nuevos líderes de opinión son similares a las de los tradicionales: inteligencia emocional, conocimiento específico y una especial atención en la manera de comunicar esos mensajes son la base para representar una referencia concreta. (Randstand, 2015)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

6.- Tipo de investigación

El enfoque metodológico es mixto, al integrar instrumentos de investigación de tipo cuantitativo, como la encuesta aplicada a influenciadores sobre la definición de su estilo y a los expertos sobre los parámetros para analizar publicaciones en Instagram; y de corte cualitativo, como las entrevistas realizadas a los mismos personajes y el análisis de la imagen de los *posts* en los perfiles de estas personas influyentes.

Este enfoque “es un proceso que implica la recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o serie de investigación para responder a un planteamiento del problema”, según Roberto Hernández Sampieri (Los procesos mixtos de investigación, 2010).

6.1.- Métodos e instrumentos

Los métodos utilizados son la observación de los contenidos, tanto en imagen como en texto, de las publicaciones realizadas en el mes de mayo de 2017 por los influenciadores que participan en este estudio. Asimismo, se ha recurrido a la medición de las estadísticas que arroja la misma red social en cuanto a número de seguidores, *likes* o me gusta y comentarios recibidos en cada una de los *posteos* realizados en el lapso determinado.

El diseño de la investigación es no experimental. Las técnicas empleadas para la recolección de información fueron las encuestas y entrevistas realizadas a influenciadores y profesionales de la temática que se está trabajando. Además se han elaborado tablas comparativas para poder evaluar los diferentes estilos de sus publicaciones dentro de la red social Instagram.

Los instrumentos de investigación utilizados son la encuesta y entrevista. A continuación, se muestra un cuadro con las especificaciones de las unidades de análisis, métodos/técnicas y muestras escogidas para el proyecto de investigación:

Unidades de análisis	Grupo	Técnicas	Muestra
Publicaciones de influenciadores	Seis influenciadores, tres mujeres y tres hombres	Análisis cualitativo y cuantitativo	Intencional
Entrevistas a expertos	3 expertas en el manejo y gestión de contenidos en redes e influencers	Entrevistas a profundidad	Intencional
Entrevistas a influenciadores	Seis influenciadores	Entrevistas a profundidad	Intencional
Revisión bibliográfica		Artículos, papers y textos digitales	Intencional

Tabla 1: Unidades de análisis. Elaboración propia.

6.2.- Población y Muestra

6.2.1.- Población

Para realizar este trabajo de titulación, el primer paso que se tomó fue investigar sobre quiénes son considerados como influenciadores en Instagram y que estén localizados en la ciudad de Guayaquil. Se elaboró una tabla de hombres y mujeres que en sus perfiles comparten contenidos sobre estilo de vida, moda y belleza. Se escogió a *influencers* bajo estas características porque son los más reconocidos y cotizados por empresas de relaciones públicas y marcas en el país. A continuación se muestra una tabla en orden alfabético, primero mujeres luego hombres.

N°	Influencer	Cuentas	Usuarios	Estilo
1	Ariana Briones	@aribrifestyle	19,6mil	Fashion, beauty, lifestyle
2	Alejandra Echeverría	@aleechblog	44,5mil	Fashion, foodie, travel
3	Diana Caro Ortiz	@diglamlook	14,3mil	Fashion, lifestyle, beauty
4	Dyana Pombar	@dyanapm	15,1mil	Health, beauty, fashion, lifestyle
5	Gloria Mejía	@thetrendymachine	12,9mil	Fashion, beauty, lifestyle
6	Lisette Domínguez	@lissettedominguez	14,4mil	Fashion, lifestyle
7	María José Morales	@mariajosemorales	24mil	Beauty
8	Michelle Medina	@michellemedinap	31,3mil	Lifestyle
9	Samara Montero	@samara_montero	102mil	Fashion, beauty, lifestyle
10	Silvia Armas	@silviaarmasc	13mil	Fashion, lifestyle
11	Wendy Espinoza	@wendyespinozaec	15,6mil	Fashion, lifestyle, beauty
12	Cristhian Barragán	@shotwalk_ec	7593	Street style, fashion
12	Fabrizio Zambrano	@fzzioza	29,5mil	Fashion, food, lifestyle
14	Jesse Gallardo	@jessegallardom	42,8mil	Fashion and lifestyle
15	Jorge Torres	@iamjotarias	146mil	Fashion, travel, lifestyle
16	Juan Fernando Crespo	@fashionlolito	5892	Fashion and lifestyle
17	Roberto Game	@robertogame	11,4mil	Fashion, lifestyle

Tabla 2: Población de influencers de Guayaquil, con tipo de contenido estilo de vida y moda. Elaboración propia

6.2.2.- Muestra

Después se calculó el nivel de compromiso que tienen los seguidores de dichos *influencers* en relación con el número de usuarios que los siguen. El procesamiento de datos se realizó basado en la fórmula para medir el *engagement rate* que se explicó en los apartados teóricos, con el fin de precisar quienes se ubican entre los mejores *rankeados*. Hay que acotar que hay muchas más mujeres que hombres desarrollando la actividad. La medición arrojó los siguientes resultados, las cuentas de los personajes escogidos se han resaltado con colores.

N°	Influencer	Cuenta Instagram	Usuarios	Promedio de likes	Media
1	Ariana Briones	@aribristyle	19,8mil	186	89,7
2	Alejandra Echeverría	@aleechblog	44,7mil	730	61,6
3	Diana Caro Ortiz	@diglamlook	14,3mil	300	20
4	Dyana Pombar	@dyanapm	15,1mil	257	17,1
5	Gloria Mejía	@thetrendymachine	13,1mil	229	44,5
6	Lisette Domínguez	@lissettedominguez	14,1mil	152	90,7
7	María José Morales	@mariajosemorales	26,3mil	744	33,3
8	Michelle Medina	@michellemedinap	31,4mil	168	11,2
9	Samara Montero	@samara_montero	101mil	3520	27,15
10	Silvia Armas	@silviaarmasc	13mil	267	13,35
11	Wendy Espinoza	@wendyespinozaec	12,3mil	178	64,6
12	Cristhian Barragán	@shotwalk_ec	7518	70	10,6
13	Fabrizio Zambrano	@fzzioza	30,6mil	413	68
14	Jesse Gallardo	@jessegallardom	42,5mil	1158	35,3
15	Jorge Torres Arias	@iamjotarias	146mil	3442	41,8
16	Juan Fernando Crespo	@fashionlolito	5867	84	29
17	Roberto Game	@robertogame	11,4mil	345	32,2

Tabla 3: Cálculo de engagement a población de influenciadores. Elaboración propia.

Luego de este proceso fue que se determinó hacer un análisis a 6 influenciadores de la ciudad, 3 mujeres y 3 hombres, en un rango de 20 a 35 años de edad. Además se tomó en cuenta la disponibilidad de acceso a ellos. Los seleccionados fueron:



Nombre	Ariana Briones
Edad	27 años
Contenido	Fashion - beauty - lifestyle blogger influencer
Instagram	@aribristyle
Seguidores	19,8mil
Web	www.aribristyle.com
YouTube	Aribri Style
Suscriptores	206

Tabla 4: Ficha de presentación de Ariana Briones. Elaboración propia.

Nombre	Gloria Mejía
Edad	26 años
Contenido	Fashion, beauty, lifestyle blogger influencer
Instagram	@thetrendymachine
Seguidores	12,9mil
Web	www.thetrendymachine.com
YouTube	Con Gloria Mejía
Suscriptores	52



Tabla 5: Ficha de presentación de Gloria Mejía. Elaboración propia.



Nombre	Wendy Espinoza
Edad	24 años
Contenido	Fashion, beauty, lifestyle blogger influencer
Instagram	@wendyespinozac
Seguidores	12,3mil
Web	www.wendyespinozac.com
YouTube	Wendy Espinoza C
Suscriptores	253

Tabla 6: Ficha de presentación de Wendy Espinoza. Elaboración propia.

Nombre	Fabrizio Zambrano
Edad	33 años
Contenido	Fashion, lifestyle blogger influencer
Instagram	@fzzioza
Seguidores	30,6mil
Web	www.fzzioza.wordpress.com
YouTube	Fabrizio Zambrano
Suscriptores	7



Tabla 7: Ficha de presentación de Fabrizio Zambrano. Elaboración propia.



Nombre	Jesse Gallardo
Edad	27 años
Contenido	Actor - productor / fashion, lifestyle influencer
Instagram	@jessegallardom
Seguidores	42,5mil
Web	No tiene
YouTube	No tiene

Tabla 8: Ficha de presentación de Jesse Gallardo. Elaboración propia.

Nombre	Jorge Torres Arias
Edad	27 años
Contenido	Fashion, travel, lifestyle blogger influencer
Instagram	@iamjotarias
Seguidores	146mil
Web	www.iamjotaarias.com
YouTube	Jorge Torres Arias
Suscriptores	73



Tabla 9: Ficha de presentación de Jorge Torres. Elaboración propia.

Se realizó entrevistas a los 6 influenciadores escogidos, con el objetivo de conocer cómo realizan sus contenidos en las redes sociales y que parámetros toman en cuenta para la elaboración de la información que promocionan para las marcas con las que trabajan, además de los propios. Por otra parte, se entrevistó a las expertas Diana Lapo, Cristina Quiroz y Danna Hanna Avendaño con el fin de que expliquen la importancia de estas personas influyentes en el medio.

Nombre	Cargo
Danna Hanna Avendaño	<ul style="list-style-type: none"> • Periodista • Relacionista pública • Comunicación corporativa • Gestión de cuenta de Instagram @Influencersec
Diana Lapo	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing Estratégico Digital • Agencia Cactus Trends
Cristina Quiroz	<ul style="list-style-type: none"> • Relacionista pública • Comunicación Corporativa

Tabla 10: Ficha de presentación de expertas. Elaboración propia.

6.3.- Variables

Posteriormente se procedió a verificar cuántas publicaciones habían elaborado cada uno de los influenciadores en su perfil de Instagram durante el mes de mayo de 2017. En total se pudo cuantificar 152 publicaciones en todos los perfiles, a los cuales se les realizó un análisis tomando en cuenta el texto redactado y la imagen. La revisión se realizó basada en las variables y subvariables establecidas en la siguiente lista. Estos parámetros se pudieron determinar a partir de los conceptos y apartados teóricos, que están explicados dentro del marco.

Análisis de texto

1. Ortografía

- Número de errores ortográficos

2. Sintaxis
 - Comprensión del mensaje (Sí – No)
3. Hashtags
 - Utilización de hashtags (Sí – No)
 - Número de hashtags utilizados
4. Emoticones
 - Utilización de emoticones (Sí – No)
 - Número de emoticones utilizados
5. Idioma
 - Español
 - Inglés
6. Nivel de interacción
 - Número de comentarios recibidos
 - Número de respuestas efectuadas
 - Número de me gustas o likes

Análisis de imagen

7. Iluminación
 - Subexpuesta
 - Normal
 - Sobreexpuesta
8. Plano
 - General
 - Americano
 - Medio
 - Primer plano
 - Detalle
 - Selfie
 - Flatlay

9. Tipo de fotografía

- Foodie (comida)
- Lifestyle (estilo de vida)
- Fashion (moda)
- Beauty (belleza)
- Travel (viajes)

10. Paleta de colores

- Fríos
- Cálidos

Con estas variables y subvariables expuestas se procedió a la elaboración de cuadros de análisis para el texto que redactan, y la imagen que realizan en las publicaciones de los perfiles de los influenciadores en Instagram. La tabla permitió la recopilación de datos sobre 152 *posts*. A continuación se muestran los modelos de las fichas utilizadas.

N°	Fecha publicación	Descripción	Tema	Texto																			
				Ortografía		Sintaxis		Hashtags			Emoticones			Idioma		Nivel de interacción							
				Número de errores	Sí	No	Sí	No	N°	Sí	No	N°	Español	Inglés	N° Comentarios	N° Respuesta	N° me gusta						

Tabla 11: Ficha para el análisis de texto. Elaboración propia.

N°	Fecha publicación	Descripción	Tema	Imagen																				
				Iluminación			Plano							Tipo de fotografía					Paleta de colores					
				Subexpuesta	Normal	Sobreexpuesta	General	Americano	Medio	Primer plano	Detalle	Selfie	Flatlay	Foodie	Lifestyle	Fashion	Beauty	Travel	Fríos	Cálidos				

Tabla 12: Ficha para el análisis de imagen. Elaboración propia.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

7.- Resultados obtenidos del análisis de variables

A partir de las variables expuestas anteriormente, se elaboró el análisis y la posterior tabulación de esos resultados. A continuación se muestran las tablas y porcentajes de este estudio. Para efectos de comprender el proceso que se realizó, primero se muestra una tabla donde se aprecia el número de publicaciones hechas en el mes de mayo de 2017 por los influenciadores y la respectiva categorización de los contenidos, identificando se pertenecieron a promociones de marca o a elementos propios.

Influenciador	Publicaciones mayo	Marcas	Personal
Gloria Mejía	20	6	14
Ariana Briones	23	18	5
Wendy Espinoza	48	23	25
Jesse Gallardo	9	9	0
Jorge Torres	15	9	6
Fabrizio Zambrano	37	25	12
Total	152	90	62

Tabla 13: Publicaciones realizadas en el mes de mayo y tema al que responden. Elaboración propia.

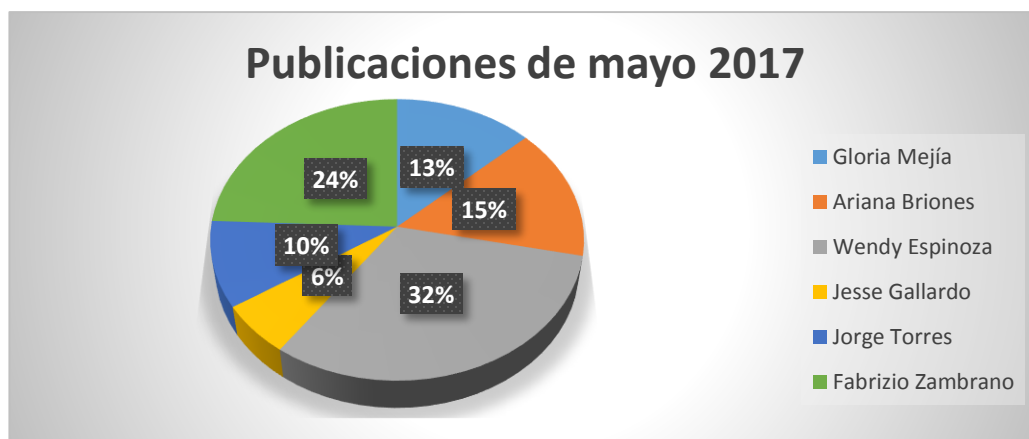


Gráfico 12: Publicaciones realizadas por influencers en el mes de mayo. Elaboración propia.

Los resultados indican que del total de 152 publicaciones que realizaron los seis influenciadores a los cuales se analizó, 91 fueron realizados por las mujeres y 61 fueron posteados por los hombres. Lo que muestra que las influenciadoras se preocupan por elaborar más contenido en Instagram. Mediante el gráfico se puede observar que quien posteó más contenido durante el mes de estudio fue Wendy Espinoza, con el 32%.

En último puesto se coloca a Jesse Gallardo con el 6%, que equivale a 9 publicaciones en mayo. Lo interesante de este perfil es que tiene una gran brecha de tiempo entre sus *posteos* y las imágenes que realiza son de gran calidad, todas tomadas por un fotógrafo.



Gráfico 13: Publicaciones que refieren a promociones de marcas. Elaboración propia.

De ese total de publicaciones, además se pudo constatar que 90 de ellas pertenecen a promoción de una marca, en la cual el 28% se refiere a un influenciador, Fabrizio Zambrano. Las etiquetas realizadas corresponden en su mayoría a temas sobre moda, recomendaciones de atuendos para vestir a diario.

La persona que menos ha publicado contenidos sobre marca fue Gloria Mejía, con el 7%, líder de opinión en temas de moda, belleza y estilo de vida. En este gráfico se evidencia que la diferencia de publicación de los *influencers* no varía mucho en cuanto a porcentajes entre ellos.



Gráfico 14: Publicaciones que responden a temas sobre vida personal. Elaboración propia.

Apenas 62 de las publicaciones se refieren a contenidos personales realizados por los influenciadores. En esta categoría entran fotografías individuales, con familiares o de parejas. En este caso, el 40% de estos *posteos* corresponden a la también *bloguera* Wendy Espinoza. Al realizar la observación del perfil se notó que en gran parte la estadística se debe a que en el mes de estudio, la influenciadora se graduó de la universidad, por tanto hubo muchas publicaciones acerca del tema.

Por el contrario, Jesse Gallardo, no realizó ninguna publicación sobre su vida personal. Su cuenta de Instagram refleja que los contenidos que realiza responden a promoción de marcas con temas de moda, ropa deportiva.

>Los resultados recopilados se muestran en las siguientes tablas y gráficos. Los parámetros para el análisis del texto que arrojaron datos cuantitativos son: la ortografía, en cuanto al número de errores ortográficos registrados, *hashtags* utilizados, emoticones usados y nivel de *engagement* donde se mide número de *likes*, comentarios y respuestas efectuadas. Mientras que los parámetros para el análisis de la imagen son de carácter cualitativo. Esto, en relación con el primer objetivo específico de la investigación que conlleva la identificación de las variables para realizar un estudio sobre el texto e imagen en los *posts*.

Influenciador	Número de errores ortográficos
Gloria Mejía	12
Ariana Briones	7
Wendy Espinoza	11
Jesse Gallardo	2
Jorge Torres	3
Fabrizio Zambrano	4
Total	39

Tabla 14: Errores ortográficos cometidos por los influenciadores en sus publicaciones



Gráfico 15: Número de errores ortográficos evidenciados en las publicaciones. Elaboración propia

Según las expertas consultadas, la ortografía es un tema primordial a la hora de escribir, sea cual sea la plataforma en que se realice. Y aunque los errores ortográficos cometidos en la red social de Instagram por los influenciadores apenas son 39 durante todo el mes de mayo, los gráficos demuestran que son las mujeres quienes más errores realizan.

El 31% fue el mayor porcentaje representado por Gloria Mejía. De cerca se encuentra Wendy Espinoza con el 28%. Se debe precisar que dentro de este campo solo se analizó la acentuación y palabras mal escritas; dejando de lado signos de puntuación. El influenciador que menos errores cometió fue Jesse Gallardo con un 5%.

Mediante las entrevistas se pudo comprobar que escribir correctamente es una variable que todos tienen muy en cuenta cuando redactan sus publicaciones. Consideran que lo que

se escribe refleja mucho de su personalidad y por tanto parte de su credibilidad se debe a que proyectan una imagen profesional.

Influenciador	Número de hashtags utilizados
Gloria Mejía	344
Ariana Briones	429
Wendy Espinoza	950
Jesse Gallardo	222
Jorge Torres	12
Fabrizio Zambrano	788
Total	2745

Tabla 15: Utilización de hashtags. Elaboración propia.

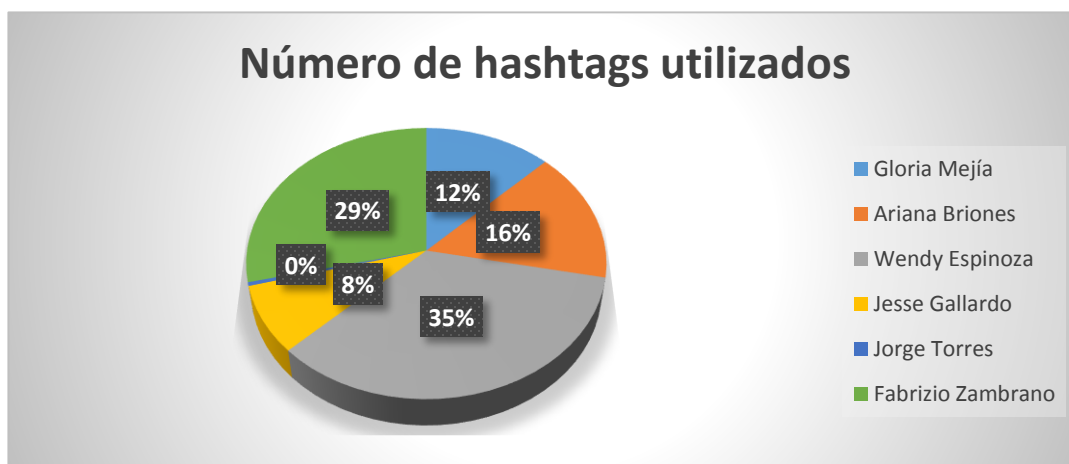


Gráfico 16: Hashtags utilizados en las publicaciones. Elaboración propia.

El total de *hashtags* utilizados por los influenciadores son 2745, de los cuales 1723 corresponden a los usados por las mujeres y 1022 por los hombres. En el gráfico se muestra que el 35% fueron realizados por Wendy Espinoza. Mientras que el 29% pertenecen a Fabrizio Zambrano. Lo interesante que se pudo notar en el análisis es que los *hashtags* referidos por cada una de las personas influyentes sobrepasan los doscientos, es decir, que utilizan gran cantidad de estos símbolos con el objetivo de tener mayor alcance.

Solo Jorge Torres, colocó apenas 12, durante todo el mes. Este influenciador es más selectivo a la hora de usar dichas etiquetas.

En la entrevista, Torres afirmó que “muchas veces se cree que por utilizar varios *hashtags* uno va a tener más *likes* o alcance. En algunas ocasiones sucede eso, pero no es grande la cantidad de acogida que puedes tener en ese sentido. Yo soy de los que piensa que un *hashtag* bueno, puede lograr mayor impacto”. El resto de influenciadores coincidieron en que ellos manejan siempre las mismas etiquetas en las publicaciones. Cuatro de los seis que forman parte del estudio, han creado un símbolo específico que los identifique como *influencers*. Lo hacen con el fin de lograr mayor posicionamiento.

Influenciador	Número de emoticones utilizados
Gloria Mejía	121
Ariana Briones	55
Wendy Espinoza	171
Jesse Gallardo	24
Jorge Torres	32
Fabrizio Zambrano	82
Total	485

Tabla 16: Utilización de emoticones por parte de los influenciadores. Elaboración propia.

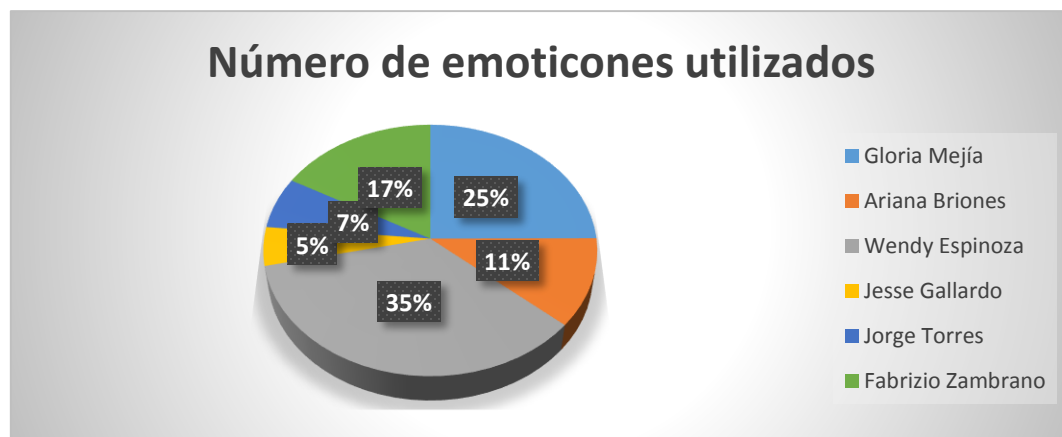


Gráfico 17: Emoticones usados dentro de la redacción de las publicaciones. Elaboración propia.

Con respecto al número de emoticones utilizados, se registra un total de 485, de los cuales 347 corresponden a las mujeres y 138 a los hombres. Esto demuestra que hay una tendencia entre las influenciadoras no solo a usar gran cantidad de *hashtags*, sino también de figuras. El 35% de los emoticones fueron publicados en el perfil de Wendy Espinoza.

En la entrevista ejecutada, explica la razón de usar estas representaciones en el texto: “Yo no puedo dejar de usar emoticones cuando escribo. A mí me sirven para ayudarme a expresar lo que en verdad quiero decir. Yo escribo como hablo, y siento que es la mejor forma de representarme. Es más, si no utilizo emoticones en la redacción siento que se ve muy serio y no me siento reflejada”.

Por el contrario, Jesse Gallardo con el 5%, explicó que “los emoticones son acompañantes, no hay que abusar tampoco de ellos. Solo cuando se lo necesite se lo debe usar. Un emoticón no transmite más que las palabras, por tanto debes saber el momento preciso de usarlo. En mi caso, no soy fan de colocarlos en exceso”.

Influenciador	Comentarios recibidos	Respuestas efectuadas	Likes recibidos	Promedio de likes
Gloria Mejía	245	40	4184	209
Ariana Briones	167	70	4126	179
Wendy Espinoza	411	279	11 280	235
Jesse Gallardo	403	0	11 417	1269
Jorge Torres	432	15	48 137	3209
Fabrizio Zambrano	522	95	15 439	359
Total	2180	499	94 583	5460

Tabla 17: Nivel de engagement. Elaboración propia.

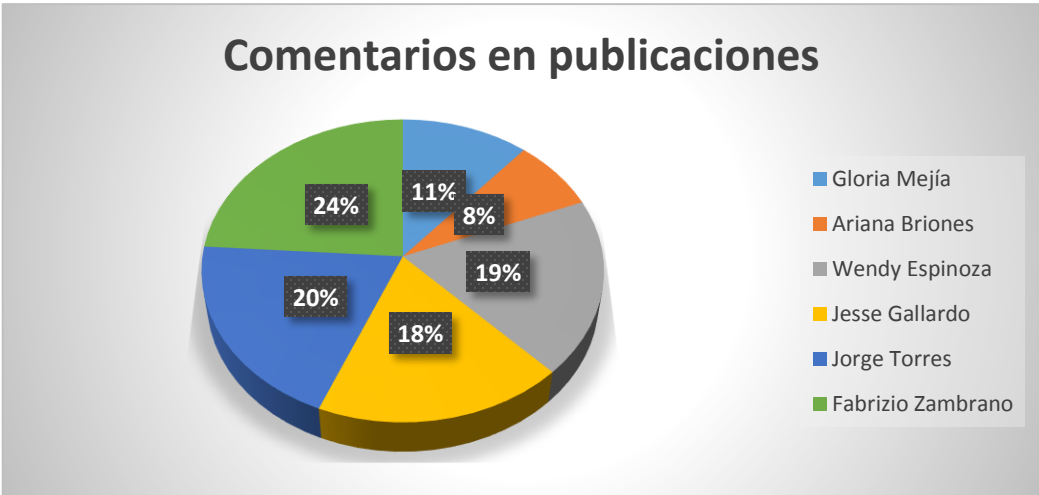


Gráfico 18: Comentarios recibidos en las publicaciones. Elaboración propia.

Danna Hanna, especialista afirma que “la base de ser influenciador implica tener gran número de seguidores pero además de lograr gran compromiso o *engagement* con ese mismo público que los sigue. Ese compromiso se mide a través de comentarios, respuestas y *likes* recibidos. No te sirve de nada tener miles y miles de seguidores si tu público no se interesa por los contenidos que publicas”.

Entre las 152 publicaciones analizadas, se pudo observar que los seguidores realizaron 2180 comentarios. En este caso, son los hombres quienes han recibido mayor número de comentarios con 1357, mientras que las mujeres recibieron 823. Fabrizio Zambrano fue el que tuvo más comentarios con el 24%. Seguido de cerca por Jorge Torres con el 20%.



Gráfico 19: Respuestas realizadas por influenciadores a su audiencia. Elaboración propia.

Cristina Quiroz, relacionista pública, acota que “lo importante de que los *influencers* reciban comentarios en sus publicaciones, es que ellos también se tomen el tiempo de contestar los mensajes. Muchas veces, se pierde el interés de la audiencia porque no reciben una respuesta”.

En cuanto a los comentarios respondidos de parte de los influenciadores a sus seguidores, se pudo contabilizar 499, de las cuales 389 fueron realizadas por las mujeres y 110 por los hombres. La persona que más responde los comentarios recibidos es Wendy Espinoza con el 56%. Se puede evidenciar una tendencia en la que las mujeres se preocupan por mantener mayor interacción con sus seguidores.

En las entrevistas realizadas a los influenciadores, todos aseguraron que es de suma importancia responder a los usuarios porque son los que han hecho posible que ellos se conviertan en personas influyentes al confiar y creer en sus opiniones. Jesse Gallardo, explica que aunque es necesario contestar, él no siempre lo hace. “Es verdad que yo no contesto mucho los comentarios que recibo, y no porque no me interese lo que me dice mi público, sino que muchas veces no puedo llegar a contestar a todos. Lo que a mí funciona es que Instagram te da la posibilidad de darle *like* al comentario, así mis seguidores pueden saber que leo lo que me escriben”.



Gráfico 20: Me gusta recibidos en las publicaciones. Elaboración propia.

En las 152 publicaciones, los seis influenciadores tuvieron un total de 94 583 *likes* o me gusta en Instagram. De ese total, fueron los hombres quienes recibieron mayor número de me gusta con 74 993. Lo interesante es que además de este resultado, son ellos quienes tienen más seguidores y más comentarios en sus publicaciones, a pesar de que tanto ellos como las mujeres manejan el mismo tipo de contenidos dentro de la red social. Jorge Torres fue quien recibió mayor número de me gustas con el 51%.

Para poder definir si el manejo adecuado de los contenidos escritos y visuales, aporta a la construcción de la reputación online de los influenciadores, correspondiente al segundo objetivo específico planteado, se elaboró la siguiente tabla que resume el contenido. En este cuadro se ha establecido un valor al manejo del texto y la imagen en relación a la ortografía y calidad de la fotografía que ellos realizan. Se otorgó una valoración del 1 al 5, en la que 5 implica mejor grado de manejo de las variables. Para medir el nivel de *engagement* se recurrió a la fórmula que se amplía en el marco teórico.

Influencers	Errores ortográficos	Manejo texto	Calidad fotografía	Manejo imagen	Respuestas realizadas	Engagement	Publicaciones sobre marcas	Seguidores
Ariana Briones	7	3	Media	4	70	1,74	18	19,8mil
Gloria Mejía	12	1	Media	4	40	3,46	6	13,1mil
Wendy Espinoza	11	2	Media	4	279	5,25	23	12,3mil
Fabrizio Zambrano	4	4	Media	4	95	2,87	25	30,6mil
Jesse Gallardo	2	5	Alta	5	0	3,93	9	42,5mil
Jorge Torres	3	4	Alta	5	15	2,49	9	146mil

Tabla 18: Valoración de los parámetros de texto e imagen. Elaboración propia.

De acuerdo a los datos obtenidos por ortografía (texto) y la calidad fotografía (imagen) se puede notar que los influenciadores hombres son los que tienen mejor manejo de los contenidos escritos y visuales en las publicaciones de sus perfiles. Fabrizio Zambrano tiene un nivel muy bueno (4) de realización de sus *posts*. Su nivel de *engagement* equivale al 2,87, es decir, se ve reflejado que sus seguidores acogen las informaciones que realiza.

Jorge Torres también tiene un nivel muy bueno (4) de publicación en su cuenta. Aunque maneja adecuadamente la redacción, su fuerte es la fotografía. Su nivel de compromiso es de 2,49 y tiene gran respuesta de su audiencia, que constantemente está comentando en su perfil. Aunque él no suele responder en cantidad los mensajes que recibe, utiliza los *instagram stories* y los *direct messages* como medio de comunicación.

Jesse Gallardo tiene un nivel excelente (5) de manejo de contenidos en la red social instagram. A pesar de que él no interactúa con sus seguidores respondiendo sus mensajes, tiene 3,93 de *engagement*. Estos datos reflejan que el manejo adecuado de los contenidos escritos y visuales sí aportan a la construcción de la reputación online de los influenciadores ante sus públicos.

En el caso de las mujeres, tienen un nivel bajo de manejo de texto, pero eso no sucede lo mismo con la imagen. Ariana Briones tiene un compromiso de parte de su audiencia de 1,74; Gloria Mejía por su parte tiene 3,46. Un dato interesante que muestra la tabla es que Wendy Espinoza, a pesar del bajo nivel en sus redacciones, cuenta con el mayor porcentaje de *engagement* de los seis influenciadores, que es de 5,25.

Tomando en cuenta las estadísticas anteriores, se puede notar que la reputación online de las influenciadoras no se ve afectada por el manejo que tienen de sus contenidos escritos. Otro punto interesante es que aunque son las mujeres las que más se preocupan por hacer redacciones extensas en sus publicaciones, son ellas mismas las que más errores comenten a la hora de escribir, aspecto que no sucede con los hombres, que en los textos que hacen son más precisos y cumplen en mayor medida con las reglas ortográficas. Lo importante de resaltar es que se puede comprobar que hay una intención de lograr fotografías de calidad, ya que todos los *influencers* tienen un estilo prolijo de publicación de imágenes.

7.1.- Resultados obtenidos de entrevistas realizadas a influenciadores

Como parte de las entrevistas realizadas a influenciadores, se pudo recuperar varios datos interesantes que se resumen en la siguiente tabla comparativa para poder apreciar las diferentes opiniones.

Influenciador	Gloria Mejía	Ariana Briones	Wendy Espinoza	Jorge Torres	Jesse Gallardo	Fabrizio Zambrano
Preguntas						
Característica del influencer	Creativo, honesto, experto en nicho, líder	Creativo, honesto, constante	Líder de opinión y constante	Creativo, honesto, experto en nicho, líder, constante, participe, extrovertido	Creativo, experto en nicho, líder, participe, extrovertido	Creativo, honesto
Importancia de las fotos y texto en Instagram	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
Target al que se dirigen	Alto y medio, mujeres de 18 a 25 años	Alto y medio, mujeres de 26 a 35 años	Público de 18 a 25 años	Alto, medio y bajo, hombres y mujeres de 18 a 25 años	Alto y medio, hombres y mujeres de 18 a 35 años	Medio, hombres y mujeres de 18 a 25 años
Red social más utilizada	Instagram	Instagram	Instagram, Twitter	Instagram, YouTube	Instagram, YouTube	Instagram,
Importancia de la interacción	Importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante
Contenidos influyen en reputación online	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

Manejo de contenidos	Planificado y natural	Planificado y natural	Planificado y natural	Planificado y natural	Planificado y natural	Planificado y natural
-----------------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Tabla 19: Análisis de entrevistas a influenciadores. Elaboración propia.

Los influenciadores coincidieron que las características más importantes que los distinguen, implican que son líderes de opinión, que deben ser honestos en los contenidos que publican y que deben ser creativos al momento de elaborar los contenidos en redes. Son particularidades que identifican en ellos mismos desde que empezaron en este medio digital. Gloria Mejía y Ariana Briones afirman que comenzaron su travesía en el 2012 mediante sus blogs independientes y luego se trasladaron a las redes sociales. Wendy Espinoza, por el contrario explica que ella inició hace apenas un año y medio, y que aún se sorprende de la acogida que ha recibido.

Además coincidieron en que de una escala del 1 al 5 en la que 5 implica mayor importancia, ellos califican la elaboración de una buena fotografía y redacción de texto como vital cuando se tienen que publicar los contenidos en Instagram. Afirman que las imágenes deben ser de buena calidad y atractivas porque son el enganche directo con el público, y asimismo el texto que complementa o cuenta una historia a partir de la fotografía. Los influenciadores explicaron que las imágenes que postean en su mayoría son realizadas a través de teléfonos inteligentes, pero que también se valen de cámaras semiprofesionales para hacer fotos.

Cuando se consultó con estos personajes sobre si había planificación previa para los contenidos que publican, todos coincidieron en que tienen días específicos en que realizan fotografías, pero que por lo general sus contenidos eran realizados en el día a día de su rutina cuidando los detalles y haciéndolo en espacios vistosos.

Jesse Gallardo, es un caso aparte. Él mencionó que todas sus imágenes son realizadas por un fotógrafo, porque “dentro de esta actividad, uno tiene que ofrecer calidad. Cuando me invitan a un evento de marca o realizo campañas siempre llevo a mi fotógrafo conmigo y lo considero dentro de mi presupuesto. Hacer buenos contenidos es parte de mi responsabilidad como influenciador y también es parte de mi reputación”.

Las personas influyentes indicaron que el target al que están dirigidos sus contenidos es a la clase media y alta que están en redes sociales, más no apuntan a la clase baja, ya que su poder *adquisitivo* es reducido. Cinco de los seis influenciadores afirmaron que sus contenidos están en su mayoría destinados para las mujeres, independientemente de que un hombre publique en su perfil. Coinciden en que son las mujeres quienes más participan en redes sociales, buscando recomendaciones.

Señalaron que los contenidos que publican en la red social de estudio están destinados en su mayoría a una población en un rango entre los 18 a 25 años de edad. Aunque sus edades rondan entre los 24 y 33 años, aseguran que las personas jóvenes son quienes más los siguen. Asimismo alegan que la red social más utilizada entre los *influencers* consultados es Instagram. Ellos explican que es así, porque es una plataforma que permite manejar varios contenidos, entre ellos fotografías, vídeos y texto. Aunque, Jesse Gallardo y Jorge Torres acotan que YouTube también se ha convertido en un canal para trabajar, sobre todo cuando se trata de temas de belleza o moda.

Otro aspecto que se consideró sustancial resaltar es que los influenciadores reconocen que es sumamente importante mantener la interacción con sus seguidores porque eso los mantiene dentro de esta actividad. Gloria Mejía durante la entrevista expresó que “gracias a los seguidores es que uno se convierte en una persona influyente. Por ese aspecto las marcas te buscan, porque ven que tu público responde de manera positiva a los contenidos. Son ellos lo que te ponen esa etiqueta de ser influenciador, porque esa es una categoría que yo no podría darme”.

7.3.- Resultados obtenidos de las entrevistas a expertas

Se realizaron entrevistas a profundidad a tres expertas en el ámbito del manejo con influenciadores y gestión de contenidos en redes sociales. Se ha elaborado una tabla comparativa con el fin de tener la versión del profesional sobre los parámetros que se han tratado.

Expertas	Danna Hanna	Diana Lapo	Cristina Quiroz
Preguntas			
Características del influenciador	Creativo, honesto, extrovertido	Creativo, experto en su nicho, líder de opinión	Creativo, honesto, líder de opinión, constante
Importancia de las fotos y texto en Instagram	No tan importante	Muy importante	Muy importante
Red social más utilizada por influencers	Instagram, twitter	Instagram y YouTube	Instagram
Importancia de interacción del influencers	Muy importante	Muy importante	Muy importante
Contenidos influyen en reputación online	Sí	Sí, imagen profesional	Sí, marca personal
Razones por las que las marcas apuestan por los influencers	Nicho digital Jóvenes	Nicho digital, Canal de comunicación	Contenido creativo, fresco

Tabla 20: Análisis de las entrevistas a expertas. Elaboración propia.

En este caso, las entrevistadas señalan que la característica más importante del influenciador es que sea creativo con los contenidos que genera. De hecho, ese es el motivo principal por el que las marcas los contratan para sus campañas. Cristina Quiroz explica que “lo interesante es que los contenidos son libres, originales, no es lo mismo que una persona joven te recomiende algo, desde su punto de vista como usuario o consumidor, a que alguien de pantalla te lo diga, al que obviamente se conoce que le pagan

y no resulta real en muchos casos. Es más, desde las relaciones públicas, nos hemos dado cuenta que ni siquiera la utilización de un *flyer* o afiche funciona en las redes sociales”.

Dos de las tres expertas afirman que la elaboración de una buena fotografía y texto implican mayor acogida de parte del público que sigue a los influenciadores. La profesional Danna Hanna en la entrevista expresó que “es verdad que una buena foto atrae, pero yo considero que es más importante ser real frente a tus seguidores. Muchas de esas buenas fotos que se hacen son posadas, planificadas, y la gente puede notarlo. Es verdad que hay que cuidar los detalles cuando se hacen fotos, pero yo considero que una foto tomada del celular dice lo mismo que la de una cámara, solo la calidad cambia”.

Las expertas coinciden en que Instagram es la red social por excelencia que es más utilizada por los influenciadores en Ecuador y en el mundo. Afirman que al ser una multiplataforma tiene mayor acogida por los internautas. “Lo que diferente que aporta Instagram al resto de redes sociales, es el poder que tienen las imágenes y la posibilidad de usar hashtags que permitan incrementar o reconocerte dentro de un ámbito” eso acotó Diana Lapo al respecto.

Las especialistas concuerdan en que es vital la interacción de los influenciadores con sus seguidores porque solo así se puede mantener el vínculo y compromiso con ellos y llegar a más público en internet. “Las agencias de relaciones públicas y las empresas no se dejan llevar por el número de seguidores, porque se sabe que ahora eso se puede comprar. Lo que nos interesa es la capacidad de compromiso de la audiencia que tenga el influenciador, y ¿cómo lograr eso?, pues a través de la interacción. Por ejemplo, si yo constantemente le estoy escribiendo a una persona, que no me presta atención, yo automáticamente pierdo el interés”, de ahí que Cristina Quiroz rescate la importancia del intercambio de mensajes.

Acerca de si los contenidos que postean los influenciadores en su perfil influyen en su reputación online, Hanna afirma que forman parte importante de este aspecto. “Cuando uno está inmerso en internet, todo lo que ahí se encuentre sobre una persona afecta o no su imagen profesional. Y aquí no solo entra la información que yo comparto, sino los comentarios que recibo de las personas”. En su concuerda Lapo, cuando explica que también “depende mucho de si el *influencer* se involucra en temas polémicos o si la marca

con la que trabaja tiene problemas o si los productos que promociona no son buenos. Hay varios factores que pueden afectar a la reputación online y cómo gestiona sus redes, es uno de ellos”.

Quiroz además ratifica que entre las razones por las que las marcas apuestan por los *influencers* es porque ellos llegan a un nicho digital, a jóvenes que cada vez quieren ver y consumir más contenidos diferentes, creativos, frescos. “Esto no puede hacer una marca en la publicidad tradicional, en ese caso se aplica otras estrategias de comunicación por los distintos formatos”.

Los parámetros que se usaron para el estudio, fueron consultados a las expertas con la finalidad de que ellas validen si son los adecuados para para analizar el texto que redactan los influenciadores en sus perfiles y el tipo de fotografías que se hacen para la plataforma. Sobre esto, ellas precisaron que utilizarían como variables a los siguientes aspectos:

Experto	Danna Hanna	Diana Lapo	Cristina Quiroz
Parámetros			
Parámetros para analizar el texto que el influencer redacta	Ortografía, nivel de interacción	Ortografía, nivel de interacción	Ortografía, sintaxis, utilización de hashtags, nivel de interacción
Parámetros para analizar las imágenes que el influencer publica	Iluminación, tipo de fotografía	Personalidad de la marca del influencer	Tipo de fotografía

Tabla 21: Parámetros de análisis seleccionados por las expertas. Elaboración propia.

Las variables que se usaron para este estudio se colocaron como alternativas de selección. De las opciones, se escogió para el análisis de texto a la ortografía y el nivel de interacción. Argumentan que son los parámetros más importantes para medir la efectividad de la redacción dentro de las publicaciones.

Dos de las tres expertas consultadas aseguran que para analizar las imágenes es necesario tener en cuenta el parámetro referente al tipo de fotografía que se hace, ya que cada red social es diferente y por tanto los contenidos deben variar para cada plataforma. Lapo,

profesional en marketing digital afirmó que “los influenciadores por sí mismos representan una marca, son una marca personal, y por tanto tienen un estilo definido que los caracteriza. Eso es importante saber transmitirlo a través de los contenidos que generamos”.

Y a pesar de que las expertas seleccionaron a estas variables como idóneas para realizar un análisis de los *posts* de los influenciadores, ellas concluyen que no existen parámetros que se puedan establecer como ideales para la elaboración de un esquema de gestión de la red social instagram en influenciadores, porque todo depende de la marca con la que se trabaje, los objetivos de las campañas que se realicen, el target al que esté dirigido y las habilidades que posea la persona. Esto en relación con el tercer objetivo específico planteado.

CONCLUSIONES

1. Los parámetros para hacer un análisis de los contenidos escritos de las publicaciones de influenciadores, desde la investigación de conceptos y apartados teóricos son la ortografía, sintaxis, utilización de *hashtags* y emoticones, idioma y el nivel de interacción. Por su parte, los parámetros para estudiar los contenidos visuales son la iluminación, planos, tipo de fotografía y paleta de colores.
2. Los expertos consultados afirman que los parámetros que se deberían considerar para evaluar el texto de las publicaciones de influenciadores son la ortografía, utilización de *hashtags* y el nivel de interacción. Mientras que para analizar la imagen se necesita de la iluminación y el tipo de fotografía. Por tanto, validan las variables usadas para la investigación.
3. Mediante las tablas y gráficos se pudo evidenciar que el manejo adecuado de los contenidos visuales aportan a la construcción de la reputación online de los influenciadores, ya que todos ofrecen calidad en las imágenes que postean. No sucede lo mismo con los contenidos escritos, ya que como se pudo analizar en los resultados, a pesar de ser bajo el nivel de manejo de ortografía por parte las influenciadoras, ellas cuentan con gran porcentaje de *engagement* de su público.
4. Las expertas e influenciadores consultados señalan que la reputación online se determina en su gran mayoría por los contenidos que se publican en redes sociales, pero además afirman que todo lo que uno realice o publique dentro de internet puede influir en la reputación de una persona.
5. Los expertos entrevistados concluyen que no se puede establecer un esquema ideal para la gestión de la red social instagram en influenciadores ya que explican que todo depende de la marca con la que se trabaje, los objetivos de las campañas que se realicen, el target al que esté dirigido y las habilidades que posea la persona escogida para las actividades. Afirman que lo que puede funcionar para un influenciador, no necesariamente aplica para otro.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda considerar los criterios establecidos a partir de los resultados de la investigación para análisis y mediciones sobre las publicaciones que realizan influenciadores en la red social Instagram.
2. Este trabajo de titulación podría socializarse con agencias de relaciones públicas, comunicadores sociales e influenciadores, con el fin de que se conozca la forma ideal de tratar los contenidos dentro de esta plataforma y que resulten efectivos en el trabajo con las marcas.
3. Sería ideal que en futuros trabajos se profundice sobre esta temática, ya que no existen estudios similares dentro del país y es de gran importancia construir teorías y conocimientos acerca de la gestión de redes sociales y su actividad con influenciadores.
4. Implementar asignaturas en las carreras de Comunicación Social del país que estén relacionadas al trabajo en plataformas digitales con influenciadores, con marcas, con agencias de relaciones públicas, con comunicadores sociales o corporativos, con el fin de que los estudiantes aprendan a gestionar contenidos que no solo impliquen actividades dentro de las respectivas carreras.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcázar, J. P. (22 de febrero de 2017). *Formación Gerencial*. Recuperado el 15 de junio de 2017, de Ranking redes sociales: <http://blog.formaciongerencial.com/2017/02/22/ranking-redes-sociales-sitios-web-aplicaciones-moviles-ecuador-2017/>
- Alexa. (22 de enero de 2017). Recuperado el 15 de junio de 2017, de Alexa: <http://www.alexa.com/topsites/countries/EC>
- Alexa. (2017). *Alexa*. Recuperado el 19 de junio de 2017, de <http://www.alexa.com/about>
- Alfonso, L. (17 de Julio de 2016). *Womketing*. Recuperado el 16 de junio de 2017, de La influencia no está relacionada con el número de seguidores: <http://womketing.com/la-influencia-no-esta-relacionada-con-el-numero-de-seguidores/>
- Alonso, M. (2015). Recuperado el 15 de junio de 2017, de We Instagram: <file:///D:/Archivos/Desktop/CARLA/1281-we-instagram.pdf>
- Arenzana, D. (2017). *Ilusual*. Recuperado el 13 de junio de 2017, de ¿Cuál es la importancia de las redes sociales en la actualidad?: <https://www.ilusual.com/importancia-redes-sociales-actualidad/#Cual-es-la-importancia-de-las-Redes-Sociales-en-la-actualidad>
- Ayala, D. (2016). *Soywebmaster*. Recuperado el 28 de junio de 2017, de Cómo gestionar nuestra reputación online: <https://www.soywebmaster.com/david-ayala/como-gestionar-nuestra-reputacion-online/>
- Barba, G. d. (24 de junio de 2016). *Entrepreneur*. Recuperado el 13 de junio de 2017, de 7 características de la generación Z: <https://www.entrepreneur.com/article/268023>
- Benítez Tirado, A., & Navas Ortega, V. (2016). *El fenómeno fan y la figura de influencers en redes sociales*. Sevilla.
- Benvenuto, S. (2017). *Vix*. Recuperado el 13 de junio de 2017, de Eres tú un millennial: <http://www.vix.com/es/btg/curiosidades/7936/que-son-los-millennials-eres-tu-uno-de-ellos>
- Bloggin Zenith. (06 de abril de 2017). Recuperado el 26 de junio de 2017, de Bloggin Zenith: <http://blogginzenith.zenithmedia.es/influencers-en-instagram/>
- CAD. (2015). *Computación Aplicada al Desarrollo*. Recuperado el 12 de junio de 2017, de Historia del internet : http://www.cad.com.mx/historia_del_internet.htm
- Cardona, A. O. (29 de julio de 2017). *La República*. Recuperado el 13 de agosto de 2017, de En Instagram empresas pagan hasta US\$550.000 por una publicación: <https://www.larepublica.co/internet-economy/los-influencers-estan-aprovechando-redes-como-instagram-para-publicitar-marcas-2531511>
- Casas, X. (19 de julio de 2017). *El Cronista*. Recuperado el 13 de agosto de 2017, de Micro-influencers: las marcas buscan desconocidos para publicitarse en las redes: <https://www.cronista.com/negocios/Micro-influencers-las-marcas-buscan-desconocidos-para-publicitarse-en-las-redes-20170719-0030.html>

- Castillo, R. (2011). *Ru-nuel.com*. Recuperado el 12 de junio de 2017, de Historia de las primeras redes sociales: <http://www.ru-nuel.com/2011/07/historia-de-las-primeras-redes-sociales.html#.WUeI3tLhDZ4>
- Castro, N. G. (03 de septiembre de 2014). *Nuria García*. Recuperado el 2017, de Increíble historia de Instagram : <http://nuriagarciacastro.es/increible-historia-instagram/>
- Cuenca, L. &. (2013). *Reputación y liderazgo*. Madrid: Hermanos Bécquer. Recuperado el 20 de agosto de 2017, de <file:///D:/Archivos/Desktop/CARLA/UTE/TEXTOS/reputacion-liderazgo.pdf>
- Desarrollo, C. A. (2015). Recuperado el 12 de junio de 2017, de CAD: http://www.cad.com.mx/que_es_internet.htm
- Díaz, A. L. (2004). *La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas*. Madrid: Pirámide. Recuperado el 20 de agosto de 2017, de file:///D:/Archivos/Desktop/CARLA/UTE/TEXTOS/la_buena_reputacion_claves_del_valor_intangible_de_las_empresas.pdf
- Digital Soft*. (11 de marzo de 2016). Recuperado el 13 de junio de 2017, de Importancia de las redes sociales en la actualidad: <http://digitalsoft.mx/la-importancia-de-las-redes-sociales-en-la-actualidad/>
- Dircomnews. (19 de agosto de 2015). *Dircomnews*. Recuperado el 5 de julio de 2017, de El marketing de influencers como herramienta de comunicación: <http://www.dircomnews.com/el-marketing-de-influencers-como-herramienta-de-comunicacion/>
- Dorantes, H. H. (27 de julio de 2012). *Merca 2.0*. Recuperado el 17 de junio de 2017, de Influenciadores, quiénes son realmente: <https://www.merca20.com/influenciadores-quienes-son-realmente/>
- Ejdigital*. (28 de diciembre de 2016). Recuperado el 30 de junio de 2017, de Glosario de referencia de términos de Instagram y Twitter.: <http://ejdigital.net/glosario-referencia-terminos-instagram-twitter/>
- Enciclopedia de clasificaciones*. (2017). Recuperado el 13 de junio de 2017, de Tipos de redes sociales: <http://www.tiposde.org/internet/87-tipos-de-redes-sociales/>
- Ferreres, J. M. (2009). *Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting*. Obtenido de file:///D:/Archivos/Desktop/CARLA/UTE/TEXTOS/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.pdf
- Fheel. (2016). *Fheel*. Recuperado el 26 de junio de 2017, de Características de los influencers: <https://fheel.com/blog/5-caracteristicas-de-los-influencers/>
- Fotonostra*. (2014). Recuperado el 12 de junio de 2017, de Redes sociales: <http://www.fotonostra.com/digital/redesociales.htm>
- FotoNostra*. (2017). Recuperado el 12 de junio de 2017, de Redes sociales: <http://www.fotonostra.com/digital/redesociales.htm>

- Fresno, M. d. (2011). *Identidad digital y reputación online*. Madrid: Evoca Imagen. Recuperado el 20 de agosto de 2017
- García, M. G. (2013). *Los líderes de opinión o influencers en las redes sociales*. Recuperado el 21 de agosto de 2017, de file:///D:/Archivos/Desktop/CARLA/UTE/TEXTOS/41.pdf
- García, R. C. (31 de mayo de 2015). *Inventtatte*. Recuperado el 28 de junio de 2017, de Reputación online: <https://inventtatte.com/cuido-reputacion-online/>
- Giraldo, V. (2017). *Instagram, la guía*. Recuperado el 30 de junio de 2017, de <https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/8973/1491410151Instagram.pdf>
- Guevara, F. (9 de julio de 2015). *Cutypaste*. Recuperado el 5 de julio de 2017, de Tips De Instagram: Cómo Dominar El Flat Lay: <http://www.cutypaste.com/estilo-de-vida/fotografia/tips-de-instagram-como-dominar-el-flat-lay/>
- Heine, C. (19 de mayo de 2017). *Ad week*. Recuperado el 28 de junio de 2017, de Instagram is already getting much better engagement for brands and celebrities than Facebook: <http://www.adweek.com/digital/instagram-is-already-getting-much-better-engagement-for-brands-and-celebrities-than-facebook/>
- Ineet. (2017). *Ineet.net*. Recuperado el 28 de junio de 2017, de Identidad digital y reputación online: <http://www.ineet.net/identidad-digital-reputacion-online/>
- Influency. (s.f.). *Influency blog*. Obtenido de <https://influency.com/es/blog/ser-influencer-en-instagram-y-morir-en-el-intento/>
- Infobae. (2012). *Infobae*. Recuperado el 24 de junio de 2017, de La increíble historia detrás de Instagram: <http://www.infobae.com/2012/04/11/641628-la-increible-historia-detras-instagram-la-aplicacion-us1000-m/>
- Instagram. (2017). *Instagram*. Recuperado el 14 de junio de 2017, de <https://help.instagram.com/155833707900388>
- Juan Carlos Mejía Llano. (26 de julio de 2017). Recuperado el 13 de agosto de 2017, de Cómo gestionar la reputación online: prácticas y herramientas: <http://www.juancmejia.com/y-bloggers-invitados/como-gestionar-la-reputacion-online-practicas-y-herramientas/>
- Leiner, B. M. (2015). *Internet society*. Recuperado el 24 de junio de 2017, de Breve historia de las redes sociales: <https://www.internetsociety.org/es/breve-historia-de-internet>
- León, N. (s.f.). *Dzoom*. Recuperado el 2016, de Tipos de Plano Fotográfico: Ejemplos y Usos: <https://www.dzoom.org.es/tipos-de-plano-fotografico/>
- Mañez, N. (10 de noviembre de 2016). *Lex Informática*. Recuperado el 18 de junio de 2017, de Qué es un influencer: <http://lexinformatica.co/2016/11/10/que-es-un-influencer/>
- Mañez, R. (marzo de 2017). *Rubén Mañez*. Recuperado el 16 de junio de 2017, de Marketing de influencers: <http://rubenmanez.com/campana-marketing-de-influencers/>
- Marketing directo. (29 de agosto de 2014). *Marketing directo*. Recuperado el 28 de junio de 2017, de Consejos para superar las crisis de reputación online:

<https://www.marketingdirecto.com/digital-general/social-media-marketing/consejos-para-superar-las-crisis-de-reputacion-online-no-pierda-el-control>

- Marketing Directo. (2016). *Marketing Directo*. Recuperado el 21 de agosto de 2017, de Líderes de opinión: <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/lideres-de-opinion>
- Montse, M. (16 de 05 de 2017). *Expansión*. Obtenido de Emprendedores : <http://www.expansion.com/emprendedores-empleo/empleo/2017/05/08/5910ad5846163f83048b4599.html>
- Moreno, M. (02 de febrero de 2017). Recuperado el 12 de junio de 2017, de Trece bits: <http://www.trecebits.com/2017/02/02/facebook-ya-tiene-1-860-millones-de-usuarios/>
- Morrison, K. (26 de abril de 2017). *Ad week*. Recuperado el 28 de junio de 2017, de Instagram dominates influencer marketing report: <http://www.adweek.com/digital/instagram-dominates-influencer-marketing-report/>
- Navarro, N. (23 de febrero de 2017). Recuperado el 16 de junio de 2017, de Socialnautas: <https://www.socialnautas.es/blog/nilton-navarro-un-influencer-debe-manejar-muy-bien-las-redes-sociales/>
- Next Internacional Business School*. (17 de febrero de 2017). Recuperado el 13 de agosto de 2017, de La comunicación corporativa: un elemento clave para la empresa: <http://www.nextibs.com/la-importancia-de-una-buena-gestion-en-la-comunicacion-corporativa/>
- Nolasco, G. R. (06 de enero de 2017). *Blog Hootsuite*. Recuperado el 24 de junio de 2017, de Breve historia de las redes sociales: <https://blog.hootsuite.com/es/breve-historia-de-las-redes-sociales/>
- Nuñez, V. (28 de febrero de 2013). *Vilma Nuñez*. Recuperado el 17 de junio de 2017, de Tipos de influencers digitales: <https://vilmanunez.com/tipos-de-influencers-digitales/>
- Nuñez, V. (13 de mayo de 2014). *Vilma Nuñez*. Recuperado el 14 de agosto de 2017, de Marketing de influencia: <https://vilmanunez.com/marketing-de-influencia/>
- Nuñez, V. (17 de enero de 2017). *Vilma Nuñez*. Recuperado el 20 de agosto de 2017, de Fórmulas para calcular el engagement en redes sociales y el CTR de tus publicaciones: Fórmulas para calcular el engagement en redes sociales y el CTR de tus publicaciones
- Obeso, P. (2017). *Marketing de contenidos*. Recuperado el 13 de agosto de 2017, de Qué es el marketing de influencia: <http://marketingdecontenidos.com/que-es-el-marketing-de-influencia/>
- Ortega, C. (03 de febrero de 2016). *Young Marketing*. Recuperado el 13 de junio de 2017, de Conozca a los jóvenes de la generación Z: <http://www.youngmarketing.co/tecnologicos-emprendedores-y-creativos-conozca-a-los-jovenes-de-la-generacion-z/>
- Ortega, C. (13 de enero de 2017). *Young Marketing*. Recuperado el 13 de junio de 2017, de Millenials en Colombia: <http://www.youngmarketing.co/millenials-en-colombia/>

- Parra, C. (2016). *Marketing de contenidos*. Recuperado el 30 de junio de 2017, de El lenguaje propio de Instagram: <http://marketingdecontenidos.com/terminos-de-instagram/>
- Peyrelongue, E. (18 de marzo de 2015). *E&N*. Recuperado el 17 de junio de 2017, de Tres características de un influencer adecuado: <http://www.estrategiaynegocios.net/ocio/823451-330/tres-caracter%C3%ADsticas-de-un-influencer-adecuado>
- Piedrahita, J. (2016). Recuperado el 16 de junio de 2017, de Marketing directo: <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/influenciadores>
- Puro Marketing. (21 de enero de 2015). *Puro Marketing*. Recuperado el 28 de junio de 2017, de Creciente rentable universo de influencers en instagram: <http://www.puromarketing.com/16/23835/creciente-rentable-universo-in%20uencers-ins-%20tagram.html>
- Puro marketing*. (27 de 04 de 2017). Obtenido de <http://www.puromarketing.com/42/28709/verdad-sobre-dia-dia-influencers.html>
- Puyol, J. (01 de mayo de 2016). *Conflegal*. Recuperado el 16 de junio de 2017, de Lo que se denomina influencer: <https://conflegal.com/20160501-lo-se-denomina-influencer/>
- Randstand. (28 de diciembre de 2015). *Randstad*. Recuperado el 21 de agosto de 2017, de <https://www.randstad.es/tendencias360/el-origen-del-lider-de-opinion-la-teoria-de-los-dos-pasos/>
- Real Academia Española. (2017). *RAE*. Recuperado el 28 de junio de 2017, de <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=reputaci%C3%B3n>
- Rojas, N. S. (2017). *Gestiopolis*. Recuperado el 13 de agosto de 2017, de La comunicación corporativa en las empresas: <https://www.gestiopolis.com/reto-la-comunicacion-corporativa-las-empresas-ensayo/>
- Rusli, E. M. (22 de abril de 2012). *La Nación*. Recuperado el 14 de junio de 2017, de Los orígenes del éxito de Instagram: <http://www.lanacion.com.ar/1466785-los-origenes-del-exito-de-instagram>
- Sampieri, R. H. (2010). *Los procesos mixtos de investigación*. Mc Graw Hill.
- Sans, A. S. (26 de enero de 2017). *La Vanguardia*. Recuperado el 27 de junio de 2017, de Para qué sirve el influencer: <http://www.lavanguardia.com/economia/management/20170126/413687934411/para-que-sirve-influencer.html>
- Santiago, I. (2011). *Ignacio Santiago*. Recuperado el 12 de junio de 2017, de Redes Sociales: Qué son, para qué sirven y cómo usarlas: <https://ignaciosantiago.com/redes-sociales-que-son-para-que-sirven-como-usarlas/>
- Serrano, A. (16 de mayo de 2017). *Evercom*. Recuperado el 26 de junio de 2017, de Los microinfluencers son importantes: <https://www.evercom.es/los-microinfluencers-importantes-b2b/>

- Tap Influence. (2017). *Tap Influence*. Recuperado el 26 de junio de 2017, de The future of influencer marketing: http://pages.tapinfluence.com/hubfs/151007_The_Future_of_Influencer_Marketing.pdf?__hssc=228601475.2.1444807314895&__hstc=228601475.93d89a4b89e24ca38d70e00c7f68e7dc.1434459623305.1442326477511.1444807314895.7&hsCtaTracking=9c326ca8-9083-4ad0-a938-30d63d6c
- Ucha, F. (8 de junio de 2010). *Definición ABC*. Recuperado el 12 de junio de 2017, de Definición de red social: <https://www.definicionabc.com/social/red-social.php>
- Ucha, F. (06 de octubre de 2016). *Definición ABC*. Recuperado el 14 de junio de 2017, de Definición de Instagram: <https://www.definicionabc.com/tecnologia/instagram.php>
- Universidad do Brasil. (s.f.). *Dificultades para establecer una definición del concepto "opinión"*. Recuperado el 21 de agosto de 2017, de http://www.uv.es/guilopez/documentos/2_1-Concepto_Opinion_Publica.pdf
- Villarejo, Á. (2015). Recuperado el 14 de junio de 2017, de 40 de fiebre: <https://www.40defiebre.com/dispara-visibility-instagram/>
- Villarejo, Á. (2016). *40 de fiebre*. Recuperado el 14 de junio de 2017, de Cómo utilizar Instagram para impulsar una marca: <https://www.40defiebre.com/como-utilizar-instagram-impulsar-marca/>
- Villarejo, Á. (2017). *40 de fiebre*. Recuperado el 27 de junio de 2017, de Influencers son importantes en la estrategia social media: <https://www.40defiebre.com/influencers-importantes-estrategia-social-media/>
- Villaveces, S. (9 de febrero de 2017). *Young Marketing*. Recuperado el 17 de junio de 2017, de El arte de elegir al influenciador ideal: <http://www.youngmarketing.co/5-tipos-de-influenciadores-que-mejoraran-su-estrategia-de-word-of-mouth/>
- Webb, V. (26 de septiembre de 2013). *Marketing directo*. Recuperado el 28 de junio de 2017, de Su reputación online vive para siempre: <https://www.marketingdirecto.com/digital-general/digital/su-reputacion-online-vive-para-siempre-%C2%BFque-esta-haciendo-con-ella>
- Zenith Media. (08 de noviembre de 2016). *Bloggin Zenith*. Recuperado el 26 de junio de 2017, de Micro influencers marketing: <http://blogginzenith.zenithmedia.es/micro-influencers-marketing/>
- Zuccherino, S. (2016). *Social Media Marketing*. Buenos Aires: TEMAS.
- Zurdo, B. (6 de marzo de 2017). Recuperado el 28 de junio de 2017, de Comunica-T: <https://barbarazurdo.wordpress.com/2017/03/06/como-conocer-tu-reputacion-online/>

ANEXOS

8.- Modelo de encuesta aplicada a influenciadores

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

Comunicación Social y Periodismo

La encuesta se realiza con el fin de recopilar información sobre las preferencias de los influenciadores y cómo manejan sus cuentas de Instagram, plataforma donde ejercen su actividad en relación con las marcas. Los resultados permitirán conocer la gestión de contenidos que realizan.

Indicaciones: Encerrar las opciones según su criterio. Se pueden seleccionar múltiples respuestas.

Nombre:

1. ¿Cuáles son las características de un influenciador?

Creativo	<input type="checkbox"/>	Extrovertido	<input type="checkbox"/>	Líder de opinión	<input type="checkbox"/>
Honesto	<input type="checkbox"/>	Experto en su nicho	<input type="checkbox"/>	Constante	<input type="checkbox"/>
Partícipe	<input type="checkbox"/>	Otro _____			

2. Del 1 al 5, siendo 5 el de mayor importancia ¿Cuán importante es la elaboración de una buena fotografía y texto para publicaciones en redes sociales?

1	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>		

3. ¿Los contenidos que publicas a qué tipo de target están dirigidos?

Alto	<input type="checkbox"/>	Hombres	<input type="checkbox"/>	18 a 25 años	<input type="checkbox"/>
Medio	<input type="checkbox"/>	Mujeres	<input type="checkbox"/>	26 a 35 años	<input type="checkbox"/>
Bajo	<input type="checkbox"/>				

4. ¿Cuál es la red social más utilizada por los influenciadores en Ecuador?

Facebook	<input type="checkbox"/>	Instagram	<input type="checkbox"/>	Snapchat	<input type="checkbox"/>
Twitter	<input type="checkbox"/>	Pinterest	<input type="checkbox"/>	Youtube	<input type="checkbox"/>

5. ¿Cómo te identificas como influencer, en qué contenidos eres especialista?

Fashion	<input type="checkbox"/>	Lifestyle	<input type="checkbox"/>	Travel	<input type="checkbox"/>
Beauty	<input type="checkbox"/>	Foodie	<input type="checkbox"/>	Otro:	_____

6. Del 1 al 5, siendo 5 el de mayor importancia ¿Cuán importante consideras que es la interacción con tus seguidores?

1	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>		

7. Si tuvieras que analizar el texto que redactas en tus publicaciones de Instagram, ¿bajo qué parámetros lo harías?

Ortografía	<input type="checkbox"/>	Utilización de hashtags	<input type="checkbox"/>	Idioma	<input type="checkbox"/>
Sintaxis	<input type="checkbox"/>	Utilización de emoticones	<input type="checkbox"/>	Interacción	<input type="checkbox"/>
		Otro	_____		

8. Si tuvieras que analizar las imágenes que postear en Instagram, ¿bajo qué parámetros lo harías?

Iluminación	<input type="checkbox"/>	Tipo de fotografía	<input type="checkbox"/>	Planos	<input type="checkbox"/>
Paleta de colores	<input type="checkbox"/>	Otro	_____		

8.1.- Modelo de encuesta aplicada a expertas

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

Comunicación Social y Periodismo

La encuesta se realiza con el fin de recopilar información sobre las opiniones de las expertas en cuanto a la gestión que deben realizar los influenciadores en sus cuentas de Instagram, plataforma donde ejercen su actividad en relación con las marcas.

Indicaciones: Encerrar las opciones según su criterio. Se pueden seleccionar múltiples respuestas.

Nombre:

1. ¿Cuáles son las características de un influenciador?

Creativo	<input type="checkbox"/>	Extrovertido	<input type="checkbox"/>	Líder de opinión	<input type="checkbox"/>
Honesto	<input type="checkbox"/>	Experto en su nicho	<input type="checkbox"/>	Constante	<input type="checkbox"/>
Partícipe	<input type="checkbox"/>	Otro _____			

2. Del 1 al 5, siendo 5 el de mayor importancia ¿Qué tan importante es que los influencers manejen una buena fotografía y redacción para las publicaciones que hacen?

1	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>		

3. ¿Cuál es la red social más utilizada por los influenciadores en Ecuador?

Facebook	<input type="checkbox"/>	Instagram	<input type="checkbox"/>	Snapchat	<input type="checkbox"/>
Twitter	<input type="checkbox"/>	Pinterest	<input type="checkbox"/>	Youtube	<input type="checkbox"/>

4. Del 1 al 5, siendo 5 el de mayor importancia ¿Cuán importante es que el influencer interactúe con sus seguidores?

1	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>		

5. Si tuviera que analizar el texto que el influencer redacta en sus publicaciones de Instagram, ¿bajo qué parámetros lo haría?

Ortografía	<input type="checkbox"/>	Utilización de hashtags	<input type="checkbox"/>	Idioma	<input type="checkbox"/>
Sintaxis	<input type="checkbox"/>	Utilización de emoticones	<input type="checkbox"/>	Interacción	<input type="checkbox"/>
		Otro_____			

6. Si tuviera que analizar las imágenes que el influencer postea en Instagram, ¿bajo qué parámetros lo haría?

Iluminación	<input type="checkbox"/>	Tipo de fotografía	<input type="checkbox"/>	Planos	<input type="checkbox"/>
Paleta de colores	<input type="checkbox"/>	Otro_____			

8.2.- Entrevistas a influenciadores seleccionados

Ficha de preguntas a influenciadores

1. ¿Cómo defines a un influencer?
2. ¿Cómo llegaste a ser considerado como influencer?
3. ¿Por qué quisiste ser influencer?
4. ¿Cómo es el acercamiento de una marca con los influencers?
5. ¿En el Ecuador, es importante la reputación online de un influencer para trabajar con una marca? ¿Por qué?
6. ¿Con qué parámetros se mide la efectividad de un influenciador después de una campaña?
7. ¿Es importante que el influencer se identifique con la marca y que exista un trato personalizado entre ambas partes?
8. ¿Cómo manejas el hecho de trabajar para una marca y no sentirte identificado con ella?
9. Si uno de los valores de los influencers es su credibilidad, ¿su reputación se ve afectada si los seguidores perciben que publicita a distintas marcas constantemente?
10. Has trabajado en varias campañas con diferentes marcas, ¿cuál ha sido para ti la más especial y por qué?
11. ¿Las marcas con las que trabajas te piden un modelo específico de lo que desean o es contenido creativo que tú desarrollas?
12. ¿Cuáles son los pasos del proceso de elaboración de contenidos, propios y con marcas?
13. ¿Tienes un estilo definido para publicar los contenidos en Instagram?
14. ¿Las fotos y videos que publicas son planificados o naturales?
15. ¿Tienes conocimientos sobre fotografía o cómo los compensas?
16. ¿Tomas las fotografías con tu celular o con una cámara, y qué tipo de equipo usas?
17. ¿Utilizas algún filtro específico o una aplicación para mejorar tus fotografías?
18. La utilización de hashtags y emoticones es recurrente en tus publicaciones, ¿crees que sin ellos el mensaje no tendría sentido o tendría menos alcance?
19. Cuando haces publicaciones en instagram, ¿vinculas tus otras cuentas de redes sociales? ¿Cómo haces para dirigir el tráfico a tu blog, desde tus redes?
20. ¿Qué crees que te hace diferente al resto de influencers? ¿por qué consideras que eres un influencer clave para muchas marcas, qué tienes para aportarles?
21. ¿Cómo has conseguido tener tantos seguidores en instagram?

22. ¿Cómo manejas los comentarios negativos o trolls? ¿tienes un protocolo o recibes asesoría al respecto?
23. ¿Con qué influencer ecuatoriano y extranjero te comparas o tienes como referente, dentro de tu nicho?
24. ¿Puede hoy en día un influencer vivir de los beneficios que perciba de su actividad en las redes?

Entrevista a Gloria Mejía / Influenciadora - Odontóloga

Construcción de su imagen como influenciadora



El influencer es una persona experta en un nicho específico, el cual tiene un poder de credibilidad hacia un público referente. Pienso que el título de influencer te lo ponen, más no tú te lo pones. Siento que me catalogaron así desde que yo tuve mi blog desde el 2011, tomando en cuenta varios parámetros como el tiempo, el nicho que es la moda y estilo de vida, la honestidad, constancia, credibilidad al momento de recomendar algo o ser empática con tus seguidores. Para mí el término influencer es nuevo ahora y muchas veces es confundido, pero cuando yo comencé siendo blogger de moda, casi nadie sabía lo que eso era aquí en el país. Yo no pensé que esto de ser influencer se diera así, pero siempre quise que fuera y espero que siga creciendo. Yo empecé mi blog porque quise estudiar una carrera referente a la moda, y como no lo hice, el blog fue un medio para hablar sobre un tema que me gusta.

Relación marca - influencer

Hay distintos tipos de acercamiento de las marcas con los influencers, creo que con el tiempo han aprendido a acercarse de una forma más profesional. Antes lo que hacían era escribirte por mensaje directo en Instagram, que es mi red más fuerte, pidiendo que colabore con ellos, posteando una foto sobre un producto que me hayan enviado, lo que se conoce como el canje. Luego las marcas empezaron a trabajar con agencias, que tienen bases de datos y ahí se volvió todo más formal. A mi parecer, en Ecuador no está bien

realizado el trabajo de definir parámetros para medir la efectividad de la actividad de los influenciadores en redes con una marca. Personalmente no me ha tocado trabajar con una agencia o una marca que me haya dicho: hagamos un feedback de la situación. Yo siempre he tenido la iniciativa de hacerlo, después de una promoción o concurso yo he mandado estadísticas de mi Instagram, pero no porque me lo pidan. Pienso que las marcas deberían exigirle al influenciador que muestre un respaldo de su trabajo. El influenciador debe identificarse con la marca con la que trabaja porque es necesario tener conocimientos sobre el producto que se pauta. No puedes hacerle creer a tu público que un producto es bueno, si tú no te lo crees. Yo no he trabajado con marcas que no me han gustado, todo lo que yo publico me gusta. He tenido que declinar algunas propuestas por ese motivo.

Reputación online del influencer

Yo pienso que la reputación online es importante no solo para los influencers sino para todas las personas que quieren ser profesionales en su campo. Para los influencers es indispensable porque si no tienes una buena reputación pierdes credibilidad. Tu reputación se ve manchada cuando recomiendas algo o es muy partícipe de promocionar una marca, cuando el producto no es bueno y solo lo haces porque te pagan. También por peleas, cuando no manejas tu cuenta con ética. Un influencer puede ser cualquiera que tenga un poder de credibilidad, por eso la reputación también se ve afectada si uno constantemente está publicando contenidos de diferentes marcas. Las personas famosas tienen ese estilo, sus perfiles son como catálogos y las personas se dan cuenta que no es real.

Gestión de contenidos para Instagram

Cuando trabajo con marcas, nosotros llegamos a un acuerdo mutuo sobre los contenidos que voy a generar. Yo tengo mi estilo específico, yo jamás subiría un flyer, pero si pienso que la foto que yo haga debe gustarle al cliente. Yo antes de publicar mando al menos 4 fotos al cliente, siempre que el trabajo sea pagado. Cuando es canje, no hago ese trámite, pero igual me preocupo por hacer algo bonito. En cuanto al texto, soy yo quien los redacta, me pueden dar pautas, pero yo necesito escribirlo con mis palabras, con mi forma de escribir. La mayoría de mis fotos son planeadas, pero también subo imágenes espontáneas, siempre y cuando el lugar sea bonito, haya una buena luz y yo esté vestida correctamente.

Las fotos son planificadas desde el hecho de escoger la ropa que mostraré, el lugar donde las haré. Las edito en mi celular cuando no tengo mucho tiempo, pero también lo hago en mi computadora como Photoshop. A mis fotos les coloco el mismo filtro o les arreglo pequeños detalles. Incluso tengo una planificación de las publicaciones que haré durante la semana, es una aplicación que me recuerdo cuando hacerlo y yo ya dejo todo listo, solo para subirlo. Las fotos son tomadas desde mi celular iphone 7 plus y desde mi cámara Nikon o Samsung y lo hacen mis amigos, mi enamorado o cuando lo requiero un fotógrafo. Mi estilo es lifestyle, no es tanta producción. Trato de contar una historia en conjunto con lo que escribo en el post. A mí los emojis me gustan mucho, la persona que te lee debe sentir la emoción de lo que escribes. Yo utilizo muchos hashtags, es más yo tengo hashtags que me caracterizan, me gusta personalizarlos.

Ariana Briones / Influenciadora – Ingeniera en Producción Audiovisual

Construcción de su imagen como influenciadora



Las personas son las que te dan el título de influenciador, tú te lo ganas. Este individuo genera un interés en los demás, por querer tener lo que esa persona tiene, generar un impacto positivo. En el 2012 que yo inicié mi blog de moda, eran muy pocas las personas que estaban inmersas en este mundo, es más, yo no conocía a otras personas que hicieran la misma actividad que yo. Dos años más tarde, las agencias empezaron a buscarme y ahí fue cuando me di cuenta de que me había convertido en una persona influyente. Creo que actualmente se está prostituyendo el mercado de ser influencer, las personas no lo hacen porque les interese como un trabajo sino por recibir cosas gratis o ser considerado famoso. Cuando yo comencé en esta actividad, jamás esperé lograr todo el crecimiento que he tenido. Yo soy muy introvertida, y me costó mucho.

Relación marca - influencer

Las marcas ya tienen un estudio definido de los perfiles de los influenciadores, en mi caso, me han dicho que les gusta mi estilo clásico, elegante, casada y entonces cuando me buscan es porque ya saben a qué público se dirigen si trabajan conmigo. Las marcas con las que yo he trabajado siempre han resaltado que el contenido que publique referente a ellos debe ser libre y eso me agrada, no me piden que les mande fotos para aprobación, pero si así fuera yo no tendría problema. Lo que jamás hago es poner diseños publicitarios o hacer repost de otras cuentas, porque daño mi imagen. Las marcas sí establecen lineamientos de acuerdo a los objetivos de sus campañas, lo que no permito es que me pidan que esté subiendo demasiado contenido sobre la marca, ya que no se ve bien, se nota que te están pagando, y aunque tengo contratos con algunas empresas, yo no me caso con nadie, soy libre de subir las fotos que yo quiero en mi perfil. Hasta ahora, siempre he trabajado con marcas con las que me he sentido identificada, también me ha pasado que me buscan marcas para promocionar productos que no he probado o comprado o usado y yo no puedo hablar bien de algo que no conozco. Yo siempre escribo y subo fotos recomendando algo desde mi propia experiencia.

Reputación online del influencer

El influencer necesita tener una buena reputación online para trabajar con una marca. Entre los influencers tenemos grupos donde nos ponemos a analizar nuestras mismas publicaciones. Es importante tener una buena imagen en redes sociales, pero debes trabajarla para que sea lo más real posible. Todas las fotos que subo son 100% mías. Yo creo que manejar varias marcas en tu perfil no tiene porqué ser malo y afectar tu reputación, más bien, a mí me han dicho que les gusta que haga eso y no esté solo fija con una marca. A las personas les gusta ver lo que es real, y uno como mujer utiliza ropa de diferentes tiendas, compra cosas en descuentos y mostrar eso es bueno porque yo soy una chica normal. Pero hay que saber equilibrar, tampoco es bueno saturar tu perfil.

Gestión de contenidos para Instagram

Mis fotos son tomadas desde mi celular que es un Iphone 5s y con mi cámara Canon d5i, siempre cuido de los detalles, del lugar y la iluminación. Mi fotógrafo personal era mi novio, que ahora es mi esposo, él siempre me ha ayudado en eso, toma todas las imágenes. Por ley, yo me he propuesto subir al menos una foto diaria a mi perfil porque uno debe ser constante y que sea sobre algo que me pasa en el día, jamás saliéndome de la línea de moda, lifestyle y belleza. Al inicio subía fotos que ahora con lo que sé, jamás lo habría hecho. Me di cuenta que mientras mejores en calidad sean las fotos, aparte de atractivas, más respuestas recibes. Los fines de semana yo aprovecho para hacer bastante fotos, para tener como respaldo o subir el material durante la semana. Para redactar el texto de mis publicaciones, no utilizo muchos emoticones y lo que cuento es que quiero inspirar con esa ropa, cómo se puede combinar prendas, lo utilizo para dar consejos. Los hashtags te pueden llegar a ver más personas pero no es la gran cosa. Hay que saber escoger los correctos, yo tengo un hashtags que me representa. No hay que abusar de ellos.

Wendy Espinoza / Influenciadora – Ingeniera Comercial

Construcción de su imagen como influenciadora



El influencer es una persona experta en un nicho específico, el cual tiene un poder de credibilidad hacia un público referente. Pienso que el título de influencer te lo ponen, más no tú te lo pones. Siento que me catalogaron así desde que yo tuve mi blog hace un año y medio. Para mí el término influencer es nuevo ahora y muchas veces es confundido. Yo no pensé que esto de ser influencer se diera así, pero siempre quise que fuera y espero que siga creciendo. Yo empecé mi blog hace poco porque siempre me ha gustado la moda.

Relación marca - influencer

Hay distintos tipos de acercamiento de las marcas con los influencers, creo que con el tiempo han aprendido a acercarse de una forma más profesional. Antes lo que hacían era escribirte por mensaje directo en Instagram, que es mi red más fuerte, pidiendo que colabore con ellos, posteando una foto sobre un producto que me hayan enviado, lo que se conoce como el canje. Luego las marcas empezaron a trabajar con agencias, que tienen bases de datos y ahí se volvió todo más formal. A mi parecer, en Ecuador no está bien realizado el trabajo de definir parámetros para medir la efectividad de la actividad de los influenciadores en redes con una marca. Personalmente no me ha tocado trabajar con una agencia o una marca que me haya dicho: hagamos un feedback de la situación. Yo siempre he tenido la iniciativa de hacerlo, después de una promoción o concurso yo he mandado estadísticas de mi Instagram, pero no porque me lo pidan. Pienso que las marcas deberían exigirle al influenciador que muestre un respaldo de su trabajo. El influenciador debe identificarse con la marca con la que trabaja porque es necesario tener conocimientos sobre el producto que se pauta. No puedes hacerle creer a tu público que un producto es bueno, si tú no te lo crees. Yo no he trabajado con marcas que no me han gustado, todo lo que yo publico me gusta. He tenido que declinar algunas propuestas por ese motivo.

Reputación online del influencer

Yo pienso que la reputación online es importante no solo para los influencers sino para todas las personas que quieren ser profesionales en su campo. Para los influencers es indispensable porque si no tienes una buena reputación pierdes credibilidad. Tu reputación se ve manchada cuando recomiendas algo o es muy partícipe de promocionar una marca, cuando el producto no es bueno y solo lo haces porque te pagan. También por peleas, cuando no manejas tu cuenta con ética. Un influencer puede ser cualquiera que tenga un poder de credibilidad, por eso la reputación también se ve afectada si uno constantemente está publicando contenidos de diferentes marcas. Las personas famosas tienen ese estilo, sus perfiles son como catálogos y las personas se dan cuenta que no es real.

Gestión de contenidos para Instagram

Cuando trabajo con marcas, nosotros llegamos a un acuerdo mutuo sobre los contenidos que voy a generar. Yo tengo mi estilo específico, yo jamás subiría un flyer, pero si pienso que la foto que yo haga debe gustarle al cliente. Yo antes de publicar mando al menos 4 fotos al cliente, siempre que el trabajo sea pagado. Cuando es canje, no hago ese trámite, pero igual me preocupo por hacer algo bonito. En cuanto al texto, soy yo quien los redacta, me pueden dar pautas, pero yo necesito escribirlo con mis palabras, con mi forma de escribir. La mayoría de mis fotos son planeadas, pero también subo imágenes espontáneas, siempre y cuando el lugar sea bonito, haya una buena luz y yo esté vestida correctamente. Las fotos son planificadas desde el hecho de escoger la ropa que mostraré, el lugar donde las haré. Las edito en mi celular cuando no tengo mucho tiempo, pero también lo hago en mi computadora como Photoshop. A mis fotos les coloco el mismo filtro o les arreglo pequeños detalles. Incluso tengo una planificación de las publicaciones que haré durante la semana, es una aplicación que me recuerdo cuando hacerlo y yo ya dejo todo listo, solo para subirlo. Las fotos son tomadas desde mi celular iphone 7 plus y desde mi cámara Nikon o Samsung y lo hacen mis amigos, mi enamorado o cuando lo requiero un fotógrafo. Mi estilo es lifestyle, no es tanta producción. Trato de contar una historia en conjunto con lo que escribo en el post. A mí los emojis me gustan mucho, la persona que te lee debe sentir la emoción de lo que escribes. Yo utilizo muchos hashtags, es más yo tengo hashtags que me caracterizan, me gusta personalizarlos.

Jorge Torres / Influenciador – Diseñador Gráfico

Construcción de su imagen como influenciador



Un influencer es alguien que tiene voz, que hace algo diferente en redes y que es escuchado por sus seguidores. Yo empecé en la aplicación Vine, se subían videos de 6 segundos y ahí fue cuando gané popularidad. A mí siempre me ha gustado crear contenido original y ese fue el despunte para ganar muchos seguidores en esa red, que fue

muriendo de a poco. Luego me traspasé a Instagram y estoy ahí hace dos años. Yo inicié todo esto sin esperar el éxito que tengo ahora.

Relación marca - influencer

Las marcas me buscaban escribiéndome por mensaje directo en Instagram y me tocó aprender a hacer contenido donde se pauté para una marca pero que sea muy natural. Antes yo no cobraba nada, pero luego empecé a apreciar el trabajo que yo realizo en producción. Yo soy un influencer que trabaja con marcas nacionales y soy representante o embajador de marcas internacionales. En esta última opción, las marcas tienen más parámetros para definir quiénes son sus influenciadores. Como yo estudié diseño gráfico siempre mi perfil lo he manejado muy pulcro, por eso se interesaron por mí. Es necesario que el influenciador se sienta identificado con la marca con la que trabaja, yo he rechazado colaboraciones por ese motivo, por no me gustan, no me parecen, solo así se siente real. Yo posteo basado en mi experiencia de usuario, ya sea porque lo he comprado antes, la conozco o me gusta lo que me ofrecen. Tengo conocimiento que las marcas miden la efectividad de las publicaciones a través de los likes, del engagement, comentarios, ahora también se pueden ver las impresiones o las personas que vieron mi post sin necesidad de haberse detenido a comentar, simplemente por hacer scroll.

Reputación online del influencer

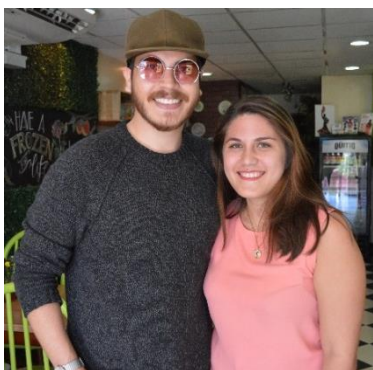
Yo considero que sí es importante la reputación online de un influenciador para trabajar con una marca. Si yo fuera el director de marketing de una marca yo me preocuparía por eso, porque la marca tiene sus valores, al igual que el influencer y creo que es importancia que coincidan en esos parámetros y se respeten entre ambos. Un influenciador al trabajar con una marca se vuelve como un embajador, entonces debe saber mantener un buen perfil e imagen, uno debe delimitar esta donde es aceptable manejar los contenidos. La misma persona debe conocer cómo promocionar a un producto o servicio para que no se torne cansón o aburrido. Tampoco es necesario estar etiquetando todo el tiempo a la marca, porque hay pequeños rasgos que permiten identificar de donde es, al menos en mi caso. Por eso creo que la reputación online de un influenciador se puede o no ver afectada dependiendo de cómo se maneje el trabajar para varias marcas.

Gestión de contenidos para Instagram

Mi cuenta de Instagram es una bitácora de mi vida, de lo que estoy haciendo en el momento, eso es lo que yo pongo. Antes de ser influenciador yo no era nada fashion, me tocó preocuparme por mi estilo. A mí lo que me gusta es ser creativo con el material que tengo que elaborar. Mi perfil es una combinación de contenido planificado y natural. La verdad es que yo hago muchas producciones, entonces ahí aprovecho a generar material. Pero básicamente son cosas esporádicas, sobre todo las fotos o vídeos que se ponen en las historias. Cada influenciador tiene un estilo propio para sus fotos, se define coloración, temas que va a tratar, tipos de tonos, es decir, línea gráfica. De ahí me gusta también realizar vídeos slow motion. Las fotos las hago con mi Samsung 8, Iphone 7, mi cámara Sony, tengo un drone un Phantom 3 pro y me las toman mi abuelita, mi mamá, mis amigos y en ocasiones utilizo a un fotógrafo. En ocasiones suele editar detalles de la imagen como iluminación o cualquier error que no haya notado, la edición es sencilla y la hago en mi celular. Yo no utilizo casi nada de likes, otros los usan porque se tiene mayor alcance, pero no es grande la diferencia. Para mí los hashtags se deben usar para identificar una foto, pero no tengo hasta ahora uno que me represente.

Jesse Gallardo / Influenciador – Actor, productor

Construcción de su imagen como influenciador



Un influencer debe ser una persona creativa, que debe tener su concepto, tener claro quién es, para ser cómo mostrarse. Debe ser consciente del puesto en el que está, porque influye sobre otras personas. Debe ser responsable con lo que dice y hace. Yo llegué a ser influencer cuando marcas grandes e internacionales se fijaron en mí, eso fue 2016. Yo empecé a trabajar primero con marcas de afuera, y luego con marcas nacionales.

Relación marca - influencer

Yo lo que promociono lo he probado, yo me pongo en los mismos zapatos del consumidor, me he sentido identificado con todas las marcas con las que he trabajado porque así es más real. Yo siempre hablo desde mi experiencia. Las marcas deben entender cuál es su mejor vía para determinar el nicho que desean tratar y ahí escoger al influenciador. La forma en que nos miden es por las interacciones, incluso instagram ahora te permite ver todas las personas que observaron tu publicación, es la única forma de hacer un sondeo de lo que se hizo. Yo tengo contratos por mes, cuando finaliza el mes yo hago un reporte para que ellos tengan un control.

Reputación online del influencer

Las marcas deben tener en cuenta la reputación online del influencer antes de contratarlos para campañas. Yo creo que lo ideal es que se sienten a conversar con esa persona, que se haga un estudio, que se pregunten cuáles son sus mediciones, el target, rango, para así saber si son adecuados para los contenidos que impulsa la marca. Yo creo que la reputación puede ver y no verse afectada por publicar constantemente contenidos sobre marcas, depende lo meticuloso que seas con eso, porque uno se puede convertir en una página o catálogo de productos. Es un arma de doble filo, pero uno debe ser pilas para que el contenido no sea aburrido. En mi perfil yo no publico todos los días y lo que subo está ligado a marcas. Lo que yo hago para mantener el equilibrio es aterrizarlo a mí, a mi estilo

Gestión de contenidos para Instagram

Yo todas las fotos que subo en mi perfil son hechas por un fotógrafo con el que trabajo. Yo siempre planifico los días en que me voy a hacer fotos porque la producción es extensa, desde la ropa que utilizo, el lugar, la pose, contar con la disponibilidad de mi fotógrafo. Yo lo hago así porque me están pagando por hacer contenido de calidad y lo menos que puedo hacer es preocuparme por esos detalles. Muchos me dicen que mis contenidos no son reales, ni espontáneos y puede ser verdad lo último, pero lo que yo posteo es desde mi estilo, mi punto de vista, lo que yo usaría, yo jamás miento sobre eso. Te cuento que a mí aún me cuesta mucho cuando tengo que hacer las producciones porque yo no soy para nada extrovertido frente a una cámara. Las fotos que subo a mi perfil son editadas por mí,

siempre manteniendo el mismo tono en cuanto a color. Mi fotógrafo a veces se burla diciéndome que yo le pago solo para hacer clic, porque yo ya sé cuál es mi mejor ángulo, como se vería mejor el producto y esas cosas.

Fabrizio Zambrano / Influenciador – Diseñador de moda

Construcción de su imagen como influenciador



Un influencer es alguien que tiene voz, que hace algo diferente en redes y que es escuchado por sus seguidores. Yo inicié todo esto sin esperar el éxito que tengo ahora. Yo soy diseñador de modas y a mí me apasiona mostrar mi estilo de vida, de lo fashion. Yo me inicié como influenciador hace años, creo que dos o tres

años cuando no había el boom como lo está ahora.

Relación marca - influencer

Las marcas me buscaban escribiéndome por mensaje directo en Instagram. Hora lo hacen a través de agencias de relaciones públicas que tienen bases de datos sobre nosotros. El problema de Ecuador y trabajar como influencer es que las marcas esperan que postes algo en tu perfil solo por el hecho de que te regalan algo, pero eso no es tan sencillo como parece. Hacer una foto requiere de creatividad, tiempo, incluso muchas veces el producto ni siquiera es bueno o hay clientes que te escriben a reclamar porque no les ha gustado la foto que subiste cuando no deberían ni atreverse a hacerlo. Es necesario que el influenciador se sienta identificado con la marca con la que trabaja, yo he rechazado colaboraciones por ese motivo, por no me gustan, no me parecen, solo así se siente real. Yo posteo basado en mi experiencia de usuario, ya sea porque lo he comprado antes, la conozco o me gusta lo que me ofrecen. Tengo conocimiento que las marcas miden la efectividad de las publicaciones a través de los likes, del engagement, comentarios, ahora también se pueden ver las impresiones.

Reputación online del influencer

Yo considero que sí es importante la reputación online de un influenciador para trabajar con una marca. Un influenciador al trabajar con una marca se vuelve como un embajador, entonces debe saber mantener un buen perfil e imagen, uno debe delimitar esta donde es aceptable manejar los contenidos. La misma persona debe conocer cómo promocionar a un producto o servicio para que no se torne cansón o aburrido. Por eso creo que la reputación online de un influenciador se puede o no ver afectada dependiendo de cómo se maneje el trabajar para varias marcas.

Gestión de contenidos para Instagram

En mi cuenta de Instagram yo publico las cosas que me gustan, si tu miras mi perfil hay cosas sobre moda, estilo de vida, viajes y comida. A mí me encanta tomar fotos sobre ropa y gastronomía. Mi perfil es una combinación de contenido planificado y natural. Yo suelo salir a hacerme fotos con unas amigas que también son influencers. Ellas me ayudan, me recomiendan contenido y viceversa. Lo que subo es esporádico, cuento una historia de ki día a día. Cada influenciador tiene un estilo propio para sus fotos, se define coloración, temas que va a tratar, tipos de tonos, es decir, línea gráfica.

8.3.- Entrevistas a expertas

Ficha de preguntas realizadas a expertas

1. ¿Desde cuándo en Ecuador se empieza a trabajar con los influencers?
2. ¿Por qué las redes sociales juegan un papel importante en la generación de los influencers?
3. ¿Cómo defines a un influencer?
4. ¿Qué aspectos debe tomar en cuenta un influencer para trabajar sus contenidos en instagram?
5. ¿Cómo es el acercamiento de una marca con los influencers?
6. ¿Cómo las marcas hacen la selección de un influencer, por su volumen de seguidores o la calidad de su perfil y sus seguidores?

7. ¿Con qué parámetros se mide la efectividad de un influenciador después de una campaña?
8. ¿En el Ecuador, es importante la reputación online de un influencer para trabajar con una marca? ¿Por qué?
9. ¿Puede hoy en día un influencer vivir de los beneficios que perciba de su actividad en las redes?
10. ¿Es importante que el influencer se identifique con la marca con la que trabaja y que exista un trato personalizado entre ambas partes?
11. ¿Por qué apuestan las marcas por los influencers, qué aportan respecto a la publicidad tradicional?
12. Si uno de los valores de los influencers es su credibilidad, ¿su reputación se ve afectada si sus seguidores perciben que publicita a distintas marcas constantemente?
13. ¿Es necesario que el influencer tenga conocimientos sobre fotografía y redacción y por qué?
14. ¿Debería el influencer capacitarse constantemente sobre las tendencias digitales y sobre los contenidos que maneja en su nicho?
15. ¿La forma en que comunican y postean los contenidos en Instagram, llega a determinar la reputación online del influencer, cómo lo hace?
16. ¿Qué factores afectan a la reputación online de un influencer?
17. Si tuviéramos que establecer un esquema para la gestión de Instagram en influenciadores, ¿qué parámetros se definirían?

Danna Hanna Avendaño

Influenciadores en Ecuador



El término está bastante prostituido, porque es lo que está de moda. Un influencer es una persona que sabe llegar a la gente, lo más importantes es cómo llegan a sus seguidores, la confianza que te inspira lo que dice él o ella a través de sus redes. Sin embargo no todos están obligados a hablar sobre todos los contenidos. En Ecuador, yo fui una de las primeras

en hacer contratos con marcas para redes sociales, eso fue en 2011. Creo que hace dos años esto de los influencers se volvió una estrategia más común. Los influencers tienen en las redes sociales a canales de televisión, donde te puedes enganchar fácilmente. Las marcas no venden a través de los influencers, tú ganas en presencia de marca que es diferente, eso es lo que deben entender las empresas.

Reputación online del influenciador

La reputación online de un influencer es sumamente importante para trabajar con las marcas. Yo realizo campañas con estos personajes y yo no me veo trabajando con una persona que tiene problemas con algo, que su contenido sea polémico. Estamos hablando de negocios, no se puede ligar a la marca con alguien problemático. La forma en que los influencers manejan el contenido en sus redes ayuda a determinar su reputación online. La gente te conoce por lo que haces en las redes, ellos no te han visto en persona, ni saben cómo hablas o cómo te vistes, ellos solo saben de ti por lo que les dejes ver y le cuentas, por tanto es necesario tener cuidado sobre lo que publicamos para no dar una imagen errónea.

Parámetros para la gestión de Instagram con influencers

Gracias a tus seguidores eres lo que eres, gracias a ellos recibes los beneficios que en estos momentos tienes. No se puede hablar de un esquema ideal de gestión de Instagram con influencers porque depende mucho del estilo que tenga esa persona. Yo admiro mucho el trabajo de Jorge Torres, la fotografía que él hace me encanta, pero sus él no sube contenidos todos los días, sus posts son más producidos. Él es uno de los influencers que más proyección tiene internacional, para mí es excelente. Y este es solo un ejemplo de estilo de influencer, por eso te digo que no se puede hablar de un esquema que englobe a todos porque tienen características particulares. Entre mejor producción tienes, más seguidores tienes de seguro.

Diana Lapo

Influenciadores en Ecuador



El término influencer en un mercado como Ecuador es bien popular y conocido. Yo siempre recomiendo a las marcas que identifiquen a un influencer por ser un líder de opinión, por la influencia que tiene en su nicho y que sea una persona capaz de tener confiabilidad con su audiencia. Nace el tema de influenciador digital hace cuatro o cinco años atrás aquí en el país. Las redes sociales juegan un papel importante a nivel del mundo y Ecuador no es la excepción. Mucho más allá de ser un medio gratuito o de moda es una plataforma de comunicación y es vital para cualquier tipo de comunicación que se realice, ya sea política, de contenidos, de marketing. Los influenciadores son parte de las estrategias de comunicación de una marca, no son la estrategia. Como estrategia comunicacional es importante que el influencer se enamore de mi marca y exista una relación favorable.

Reputación online del influenciador

Yo creo que para que una marca trabaje con un influencers se debe revisar su reputación online. Yo creo que no hay algo bueno o malo, todo depende. En el nicho en donde se trabaja, se debe ser el mejor. La reputación online no depende de los estigmas de la sociedad, para mí es un hecho comercial donde mi persona pasa a ser una marca personal o marca comercial. Depende de cómo uno maneje esa reputación, debe moverse por valores. Yo creo que el hecho de que un influencer solo postee contenido de una marca refleja tres aspectos: no le creo lo que me dice, se ve turro, y la marca no está haciendo nada. La forma en que el influencer maneja su red social si puede afectar de una u otra manera tu reputación online o tu imagen. No importa el número de seguidores que se tenga, cualquier persona puede ser afectada por su imagen en redes, es una carta de presentación.

Parámetros para la gestión de Instagram con influencers

La ética, producción de fotos, contenido deberían ser parámetros que se tomen en cuenta para la gestión de instagram, pero depende de cuál es el objetivo. No hay una fórmula mágica, peor en el ámbito digital. En digital lo que puede estar bien hoy, mañana puede no ser útil. No hay una forma ideal para nada, no hay nada escrito.

Cristina Quiroz (entrevista virtual)

Influenciadores en Ecuador

El influenciador es una persona que tiene credibilidad en su contenido, un líder de opinión en su medio, no necesariamente debe de ser reconocido, ni tener buen apellido, ni de dinero, lo que debe de tener es carisma y ser muy creativo para generar contenidos llamativos para sus seguidores. Desde que comencé a trabajar en la agencia de relaciones públicas Pumares tengo mayor relación con los influencers. En el 2014 cogió más fuerza que las empresas trabajen con estos personajes, incluso pasando por los mismo talentos de pantalla. Las redes sociales tuvieron que ver mucho en esa acogida porque son la herramienta más utilizada a nivel mundial, ya que estas conectado con miles de personas y siempre están actualizados.

Reputación online del influenciador

En el Ecuador, es importante la reputación online de un influencer para trabajar con una marca, porque desde que comienza a trabajar con las empresas ya no solo se representa a él o ella misma, si no que representa a una marca que tiene miles y miles de seguidores a nivel mundial. Creo que no necesariamente la reputación de un influencer se ve afectada si sus seguidores perciben que publicita a distintas marcas constantemente. Es cuestión de hacer que sus posteos sean los más orgánicos posibles, todo natural y con el mismo lenguaje con el que siempre se dirige a sus seguidores. La forma en que comunican y postean los contenidos en instagram, no necesariamente llegan a determinar la reputación online del influencer porque hay marcas que les pagan sin ser el perfil que necesitan, si no que se rigen por sus seguidores y eso no quiere decir que ese Influenciador sea de la

categoría de sus posts. Los factores que pueden afectar la reputación son el hackeo de cuenta, seguidores falsos, likes comprados, cero interacciones con sus seguidores.

Gestión de Instagram con influencers

Los aspectos que debe tomar en cuenta un influencer para trabajar sus contenidos en Instagram son tener bastante conocimiento con lo que está pasando en la actualidad, saber algo de historia, tener una buena redacción, conocer al target al que se está dirigiendo y tener simpatía al momento de redactar algo. Nosotros antes de seleccionar a un influencer analizamos el perfil de la marca, para determinar cuál funcionará mejor de acuerdo al estilo que tienen. Al influenciador se le ven los posts, sus fotos, textos, interacción con sus seguidores, cada cuánto postea, horas de poste y al final se ve los seguidores, ya que hay muchas cuentas que pueden tener millones de usuarios y tenemos que asegurarnos que no sean comprados o falsos. Medimos que una campaña haya sido efectiva con la interacción de sus seguidores, los likes que obtuvo al hacer posts pagados versus los posts orgánicos que hace el influenciador. Si tuviéramos que establecer un esquema para la gestión de Instagram en influenciadores, los parámetros que definirían son interactividad con sus seguidores, números de seguidores, redacción de contenido, credibilidad en sus fotos.

8.4.- Ficha de análisis de variables para texto

N°	Fecha publicación	Descripción	Tema	Texto														
				Ortografía		Sintaxis		Hashtags			Emoticones			Idioma		Nivel de interacción		
				Número de errores	Sí	No	Sí	No	N°	Sí	No	N°	Español	Inglés	N° Comentarios	N° Respuesta	N° me gusta	
1	2 de mayo	hola!!! 📸 decidí arriesgarme y hacer mi primer video tutorial para entrar al NYX FACE AWARDS 2017 ECUADOR @nyxcosmetics_ec, soy blogger desde hace muchos años y quise incursionar en youtube y mas a fondo en la belleza, encontré la mejor forma de hacerlo gracias a este concurso!! Asi que espero su apoyo!!! 📸 #faceawardsecuador2017 *Link del video en mi perfil!!! PD: Use tantooo glitter que aun sigo encontrando restos de este por todos lados jajaj 😊😊😊 #mua #makeup #maquillandoConGloria #beauty_ttm #maquillaje #makeup #mua #makeuplook #butterfly #makeupjunkie #makeuppp #makeuptutorial #makeupartist #selfie #makeupoftheday #beauty #colourpop #glam	Marca	4	Sí		Sí			5	Sí		18	Sí		24	6	185
2	3 de mayo	Quisiera comer lo de la revista pero... 😊 #haypoquimoney no mentira ! Jajaj últimamente me encanta el yogurt con granola 😊😊 PD: Aunnnn tengo problemas con el video, en #YouTube me sale "se está editando su video" y esto fue hace casi 24 horas help!!! 😊😊😊 #trendyfoodmood #foodie #flatlay #fashionista #lifestyle #igers #gdaily #fancy #look #lookbook #whatiare #eat #fashionistalife #fashionista #instafashionista #instafashion #moda #lovely #ecuador #blogger #food #table #yogurt #granola	Personal	1	Sí		Sí		6	Sí		26	Sí		12	2	211	
3	9 de mayo	A D V E N T U R E 📸 #ootd #trendyootday #LA #airport #shop #lifestyle #igers #gdaily #fancy #look #lookbook #whatiwear #whatiworetoday #fashion #fashionista #instafashionista #instafashion #moda #lovely #ootd #estilosa #outfit #outfitoftheday #instalook #ecuador #adventure	Personal	0	Sí		Sí		26	Sí		2		Sí	13	3	189	
4	14 de mayo	📸 high roller & happy hour !!! hace una semana me vine de vacaciones y no he subido fotos 📸 porque he madrugado y he llegado muy tarde pero vean mis IG stories les compartiré lugares super lindos para que los visiten cuando tengan oportunidad 😊😊😊 #lasvegas #thelinq #travel #vegas #highrollervegas #thelinqlasvegas #lifestyle #fun #vacations #lasvegasstrip	Personal	1	Sí		Sí		10	Sí		6	Sí	Sí	17	2	84	
5	15 de mayo	📸 Cupcake ATM 😊😊😊 #sprinklecupcakes #lasvegasstrip #lifestyle #lasvegas #trendyootday	Personal	0	Sí		Sí		5	Sí		4		Sí	6	0	125	
6	16 de mayo	Tomemos una foto como que no nos damos cuenta 📸 @rickyulloacruz pero ya en serio! Luego de salir de "gold and silver pawn shop" todo en las vegas es diversión!! 😊😊😊📸 #lasvegasstrip #lasvegas #goldandsilverpawnshop #couple #couplegoals #smile #lifestyle #picoftheday #vscocam #love #lovelife #blogger #style #picture	Personal	0	Sí		Sí		14	Sí		7	Sí	Sí	6	1	113	
7	18 de mayo	F L A M I N G O 📸 porque son tan lindos?! 😊 quiero tener unos 4 ! Jajaj #lasvegasstrip #flamingo #lasvegas #ootd #trendyootday #outfit #outfitoftheday #lookoftheday #look #vscocamgram #babe #instagramer #whatiwore #modaecuador #moda #style #estilo #fashionblogger #fashionista #lifestyle #lifestyleblogger #fashionistalife	Personal	0	Sí		Sí		22	Sí		2	Sí		4	1	125	
8	19 de mayo	Mirror look 😊 !! #lasvegasstrip #vegas #XS #lasvegas #ootd #mirror #selfie #look #lookoftheday #outfitoftheday #beauty #mua #makeup #wynn #outfit #whatiwore #instagramer #lifestyle #fashionista #fashion #deco #instafashion	Personal	0	Sí		Sí		22	Sí		1		Sí	7	2	135	
9	20 de mayo	Cuando ves un lugar que combina con tu grid 📸 ustedes saben que me fascina agregarle colores rosados a mi Instagram 📸❤️ #lasvegasstrip #lasvegas #inspo #pink #building #pink #deco #inspiration #lifestyle #blogger #fashionista #lifestyleblogger #instagramer #lifestylephotography #photography #lovely #instadaily	Personal	0	Sí		Sí		17	Sí		2	Sí		10	0	253	
10	20 de mayo	#tbt Caminando por ahí luego de salir del #cirquedusoleil nos encontramos con el mejor escenario 📸 📸 #lasvegasstrip #lasvegas Pd: Mi chochiii tomo la foto y en serio no me da cuenta jajaj fue la veridica ("tomame como si no me diera cuenta") 😊 #lifestyle #trendyootday #ootd #outfit #look #view #style #life #paris #eiffeltower #lasvegasblvd #fashionista #fashion #instagramer #instadaily #picoftheday #instagood #trendy #trending	Personal	2	Sí		Sí		23	Sí		4	Sí		4	1	286	

11	21 de mayo	Me encontré con esta pared y no me importó salir mas chiquitita 📷 #lasvegas #lasvegastrip #fremont #lifestyle #wallart #walls PD: Sr Alcalde de Guayaquil deje pintar las paredes así 😊👍 #fashion #wall #art #streetphotography #streetart #lifestylephotography #instagramer #instadaily #instagood #igers #ootd #outfitoftheday #look #art #views	Personal	0	Sí	Sí	21	Sí	2	Sí	19	4	312
12	22 de mayo	1 año 📷 #lasvegas #lasvegastrip #thevenetian Pd: sabes como tomé esta foto sin ayuda de alguien en las vegas ? Jajaja mira mi IG story 📷 #lifestyle #couplegoals #couple #picoftheday #pic #fashionista #venetian #lifestylephotography #love #fashion #style #instagood #inspo #instadaily #instagramer	Personal	0	Sí	Sí	18	Sí	3	Sí	22	5	191
13	24 de mayo	🌸🌸 Victoria Gardens kind of day 📷 #CALifornia Este centro comercial al aire libre es lindisimo para comprar y caminar 😊 #OOTd #trendyootd #lifestyle #trendy #fashionista #fashionblogger #outfit #outfitoftheday #look #whatiwore #instadaily #style #fashion #ig #igers #girly #classy	Personal	1	Sí	Sí	19	Sí	5	Sí	11	1	291
14	26 de mayo	Friday vibes , para alguien que no le gusta que le den flores me encantan para tomarme fotos jajaj (wtf?) 🌸🌸🌸🌸🌸🌸🌸 #flowers #ootd #trendyootd #knobsberryfarm #instagramer #lifestyle #lifestyleblogger #dailyinspo #inspo #life #flowerpower #whatiwore #ig #igers #brunette #sporty #funpark	Personal	0	Sí	Sí	17	Sí	11	Sí	14	0	152
15	28 de mayo	Domingo y fin de feriado perfecto 📷 ya recargué todas las energías que me faltaban para el LUNES 📷 y aproveche a usar este lindo y cómodo outfit ! #lookdeprati #ootd #trendyootd #lifestyle. Cc @deprati @gloriamejiaar #flowers #outfitoftheday #outfit #girly #classy #look #stylish #style #lifestyleblogger #picoftheday #instagramer #instadaily #igers #ig #whatiwore #fashionista	Marca	1	Sí	Sí	20	Sí	2	Sí	16	2	342
16	29 de mayo	😊 Feliz con mi Pelo nuevo 📷 hace 1 año no me lo pintaba 📷 y gracias a @paulovapalacios y su atención de lujo soy YO de nuevo jajaj me fascina mi pelo Bronde 😊 miren mi IG story todo el look 📷 #selfiequeen #bronde #beauty #beauty_ttm #lifestyleblogger #lifestyle #mua #makeup #beautiful #selfie #brunette #balayageombre #makeupph #picoftheday #igers #instadaily #instagramer	Marca	0	Sí	Sí	17	Sí	7	Sí	12	3	155
17	29 de mayo	Para completar el atuendo perfecto 📷📷📷📷 me fascinan mis loafers y esta mini cartera! , ideales para un outfit casual y chic 📷 #lookdeprati * Todo y en otros colores los puedes encontrar en @deprati #flatlay #trendyflatlay #chic #ootd #flowers #outfitoftheday #outfit #girly #classy #look #stylish #style #lifestyleblogger #picoftheday #instagramer #instadaily #igers #ig #whatiwore #fashionista	Marca	0	Sí	Sí	21	Sí	7	Sí	3	0	264
18	30 de mayo	Fav place! L A C M A. #Losangeles #trendyootd #ootd #moda #flowers #outfitoftheday #outfit #girly #classy #look #stylish #style #lifestyleblogger #picoftheday #instagramer #instadaily #igers #ig #whatiwore #fashionista	Personal	0	Sí	Sí	20	No	0	Sí	22	2	148
19	30 de mayo	Cuando tienes un dia malo... un buen outfit lo arregla todo!! 😊👍📷📷 #ootd #fashionistalife #trendyootd #lookdeprati cc @deprati #flowers #outfitoftheday #outfit #girly #classy #look #stylish #style #lifestyleblogger #picoftheday #instagramer #instadaily #igers #ig #whatiwore #fashionista	Marca	1	Sí	Sí	20	Sí	5	Sí	15	3	318
20	31 de mayo	🌸🌸🌸 Amo este estampado! 😊 lo tropical esta de regreso y no necesariamente puede estar en un look casual . Me encanta vestirme así (#Dressy) entre semana de vez en cuando jajaj (el clima no lo permite) Feliz mitad de semana!! 😊 #lookdeprati #ootd #fashionistalife #trendyootd #flowers #outfitoftheday #outfit #girly #classy #look #stylish #style #lifestyleblogger #picoftheday #instagramer #instadaily #igers #ig #whatiwore #fashionista	Marca	1	Sí	Sí	21	Sí	7	Sí	8	2	305
				12			344		121		245	40	4184

Gráfico 21: Ficha de análisis de texto de publicaciones de Gloria Mejía. Elaboración propia.

N°	Fecha publicación	Descripción	Tema	Texto														
				Ortografía		Sintaxis		Hashtags			Emoticones			Idioma		Nivel de interacción		
				Número de errores	Sí	No	Sí	No	N°	Sí	No	N°	Español	Inglés	N° Comentarios	N° Respuesta	N° me gusta	
1	1 de mayo	I'm bringing sexy back... ✨ Este fue uno de mis looks favoritos en mi video, si lo vieron? Entren a mi canal de YouTube #Aribristyle #fashion #style #love #aribrstyle #me #cute #photooftheday #hair #beauty #beautiful #pretty #slay #aribrilook #girl #design #model #shoes #styles #outfit #jewelry #glam	Personal	0	Sí		Sí			23	Sí		1	Sí	Sí	3	2	160
2	3 de mayo	Cada vez que veo algo con toques dorados lo necesito en mi vida! "Dont forget to smile" ✨ #favthings	Marca	0	Sí		Sí			1	Sí		1	Sí	Sí	3	2	160
3	5 de mayo	Estoy retomando mis días de ejercicios... porque es tan difícil empezar!! 😊 pero lo mejor es que estoy bien equipada con mis @skechers_ec Estos los puedes encontrar en CC San Marino y CC Condado Shopping 2do piso. 🌸 #Skechers #fashion #style #stylish #love #aribrstyle #me #cute #photooftheday #hair #beauty #beautiful #pretty #slay #aribrilook #girl #design #model #shoes #styles #outfit #jewelry #glam	Marca	0	Sí		Sí			23	Sí		4	Sí		1	0	134
4	6 de mayo	Amo los días en que mi cabello amanece domable! Porque normalmente parezco leona! 🦁 este es uno de mis #LookDePrati que pronto verán en mi blog! ❤️ Por cierto no creen que se ve increíble el cielo celeste pastel con las flores? 🌸 #spring #feel #fashion #style #stylish #love #aribrstyle #me #cute #photooftheday #hair #beauty #beautiful #pretty #slay #aribrilook #girl #design #model #shoes #styles #outfit #jewelry #glam	Marca	0	Sí		Sí			25	Sí		3	Sí		2		176
5	7 de mayo	Love this clutch! ❤️👜 #LookDePrati aribrstyle #fashion #style #stylish #love #aribrstyle #me #cute #photooftheday #hair #beauty #beautiful #pretty #slay #aribrilook #girl #design #model #shoes #styles #outfit #jewelry #glam	Marca	0	Sí		Sí			24	Sí		4	Sí		2	0	150
6	9 de mayo	Se viene...el calzado que ilumina tu camino. Pueden ver en mi Insta Story como realicé mi placa con el spray... Súper original! Me daba miedo de dañarlo jaja pero quedó mejor de lo pensado. 🌸 #NMD @adidasoriginals #fashion #style #stylish #love #me #cute #photooftheday #beauty #beautiful #instagood #pretty #swag #pink #girl #girls #eyes #design #model #dress #shoes #heels #styles #adidas #shopping #glam	Marca	0	Sí		Sí			26	Sí		3	Sí		1	0	116
7	10 de mayo	Tomando un break en el Work shop de Producción de moda @deprati! Porque todos los días es importante aprender algo nuevo! ✨ Ph: @shotwalk_ec #fashion #style #stylish #love #aribrstyle #me #cute #photooftheday #hair #beauty #beautiful #pretty #slay #aribrilook #girl #design #model #shoes #styles #outfit #jewelry #glam	Marca	0	Sí		Sí			22	Sí		1	Sí		12	5	169
8	11 de mayo	Detalles de mi próximo outfit! Lady girl 🌸👗 Por cierto estaré haciendo un fb live en una hora así que estén atentos ❤️ #shoelover	Marca	0	Sí		Sí			1	Sí		4	Sí	Sí	13	6	179
9	13 de mayo	Disfrutando como siempre con @paulovapalacios porque solo ella sabe cómo dejar bella a una mujer! No se pueden perder esta promoción! 🌸 Solo por la semana de las madres, 🌸 hoy sábado 13 de 09 am a 08pm! podrás agendar tu cita hasta con un 20% de descuento en todos nuestros servicios, promoción válida únicamente para pagos en efectivo (tu cita puede quedar agendada hasta el 15 de junio) acércate al comercial Plaza Colonia local #13, para más info #0981058949) *no aplica retoques🌸	Marca	0	Sí		Sí			2	Sí		4	Sí		2	0	161
10	14 de mayo	Mi mami❤� Ella es mi inspiración de cada día, a pesar que ya no pueda estar con ella todos los días, ella sabe lo mucho que me hace falta sus conversaciones, su presencia, todo lo que soy es gracias a ella. No voy a negar que desde me casé, me costo mucho separarme de mi familia, pero mucho más de ella. Lloraba todos los días, porque sabía que ya había formado mi propia familia y no la iba a ver tan a menudo (si lo sé soy muy consentida) pero es el amor que nos tenemos a nuestra manera. Pero soy feliz porque gracias a Dios puedo seguir demostrándole lo mucho que la amo, no solo hoy sino todos los días hasta que El me lo permita. Se que éstos momentos lo atesoraremos siempre. Te amo mami! (En mi Insta Story podrán ver la sorpresa que le dimos a mi mami y a mi suegra❤� la pasamos maravilloso) #mommysgirl #mothersday #trendelcacao	Personal	4	Sí		Sí			3	Sí		2	Sí		11	8	214
11	15 de mayo	Magic places!🌸 Para las personas que me estuvieron preguntando dónde nos llevó el tren: pues este es el lugar que tienen que conocer, es un lugar mágico que tiene mi lindo Ecuador ----> @la_danesa❤� Pasamos un día espectacular con nuestras mamitas! #AribriTrip #AribriTips #mustgo #lifestyle #flowers #bottles #botellas #spot #beautiful #love #pretty #plants #blossom #sopretty #spring #summer #flowerstagram #flowerporn #botanical #floral #florals #bloom #blooms #botanical #floweroftheday #Ecuador	Marca	0	Sí		Sí			26	Sí		2	Sí		11	3	164

N°	Fecha publicación	Descripción	Tema	Texto														
				Ortografía		Sintaxis		Hashtags			Emoticones			Idioma		Nivel de interacción		
				Número de errores	Sí	No	Sí	No	N°	Sí	No	N°	Español	Inglés	N° Comentarios	N° Respuesta	N° me gusta	
1	2 de mayo	Martes con M de @maquillajecuador 📌 para aquellas que siempre me han preguntado por mis pestañas solo les puedo decir que nunca había estado tan enamorada de ellas como ahora ☺️ #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #makeup #makeupartist #fashionphotography #fashionlover #fashiondaily #fashionbloggers #fashionstylist #fashionlovers #fashionistas #fashionmodel #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashioninsta #fashionlove #fashionshoot #fashiondiary #follow #followme.	Marca	0	Sí		Sí		29	Sí		2	Sí		6	4	229	
2	2 de mayo	Para las que vieron mis historias de ayer, sabrán que andaba emocionada con las sombras de mi maquillaje 📌 y si 📌 tengo que mejorar mis muletillas al hablar ☺️ prometo que le pondré empeño al asunto porque esta vez abuse jaja 📌 #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #makeup #makeupartist #fashionphotography #fashionlover #fashiondaily #fashionbloggers #fashionstylist #fashionlovers #fashionistas #fashionmodel #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashioninsta #fashionlove #fashionshoot #fashiondiary #follow #followme.	Personal	2	Sí		Sí		29	Sí		6	Sí		4	2	256	
3	2 de mayo	¿Cómo que solo hasta ayer era el feriado? ☺️ Yo creo que se me extendió un día más porque mi cerebro hoy seguía en OFF ☺️ #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #makeup #makeupartist #fashionphotography #fashionlover #fashiondaily #fashionbloggers #fashionstylist #fashionlovers #fashionistas #fashionmodel #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashioninsta #fashionlove #fashionshoot #fashiondiary #follow #followme.	Personal	0	Sí		Sí		29	Sí		2	Sí		5	4	237	
4	2 de mayo	Estoy dejando todo listo en el blog 📌 para mañana contarles todo acerca de mi outfit 📌 mientras tanto participo para las entradas a @runwaybmodalab dejando mi look con el cual podría asistir al evento (aunque creo que me abrigaría un poco más ja!) ☺️ #yosoyrunway #yosoyrunwayec #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #makeup #makeupartist #fashionphotography #fashionlover #fashiondaily #fashionbloggers #fashionstylist #fashionlovers #fashionistas #fashionmodel #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashioninsta #fashionlove #fashionshoot #fashiondiary #follow #followme.	Marca	0	Sí		Sí		31	Sí		3	Sí		11	6	336	
5	3 de mayo	#NewPost Ya pueden entrar al blog (link directo en la bio) para ver todos los detalles de este look 📌 (Tap for details) #modaecuador #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #fashionaddict #fashionpost #bloggerecuador #ecuador #guayaquil #modafestilodevida #fashionlovers #fashionistas #fashionmodel #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashioninsta #fashionlove #fashionshoot #fashiondiary #follow #followme.	Marca	0	Sí		Sí		28	Sí		1	Sí	Sí	7	2	248	
6	4 de mayo	Buenos días 📌 hoy me levante más consentida que nunca con los productos de @biofemme_ec 📌 Les tengo preparada una sorpresa sobre el uso de sus productos para cuidados de la piel ☺️ #modaecuador #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #fashionaddict #fashionpost #bloggerecuador #ecuador #guayaquil #modafestilodevida #modaecuador #fashionistas #fashionmodel #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashioninsta #fashionlove #fashionshoot #fashiondiary #follow #followme.	Marca	0	Sí		Sí		28	Sí		4	Sí		6	6	121	
7	5 de mayo	📌 V I E R N E S 📌 Hoy no tengo ganas de no salir de la cama 📌 lo bueno es que apenas me levante ya estaré toda Glam 📌 con mis cejas y pestañas de @maquillajecuador #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #fashionaddict #fashionpost #fashionphotography #fashionlover #fashiondaily #fashionbloggers #fashionstylist #fashionlovers #makeup #maquillaje #modaecuador #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashioninsta #fashionlove #fashionshoot #fashiondiary #follow #followme.	Marca	1	Sí		Sí		30	Sí		5	Sí		3	3	201	
8	5 de mayo	Sigo enamorada de mi maquillaje de la semana pasada 📌 si vieran mi celular... lo que más tengo son selfies de ese día ☺️	Personal	0	Sí			No		Sí		2	Sí		8	8	655	
9	6 de mayo	Buenos días 📌 ¿Les ha pasado que tienen unos zapatos tan cómodos que sienten que pueden recorrer el mundo entero con ellos? Pues hoy tengo que hacer MUCHAAS cosas 📌 y con mis botitas siento que podré hacer todo sin quejarme 📌 #modaecuador #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #fashionaddict #fashionpost #bloggerecuador #ecuador #guayaquil #modafestilodevida #modaecuador #fashionistas #fashionmodel #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashioninsta #fashionlove #fashionshoot #fashiondiary #follow #followme.	Personal	0	Sí		Sí		29	Sí		4	Sí		4	1	140	
10	6 de mayo	Las Fishnet son lo de hoy... but 📌 y si hacemos lo mismo pero diferente? Para mí en color blanco son lo 📌 y me encantan! ¿Que opinan ustedes? #modaecuador #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #fashionaddict #fashionpost #bloggerecuador #ecuador #guayaquil #modafestilodevida #modaecuador #fashionistas #fashionmodel #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashioninsta #fashionlove #fashionshoot #fashiondiary #follow #followme.	Personal	0	Sí		Sí		30	Sí		3	Sí	Sí	9	7	297	
11	7 de mayo	Chicas 📌 AL FIN 📌 Recuerdan que les decía que haría un en vivo con @biofemme_ec 📌? Pues anoten en sus agendas que será el día de mañana, Lunes 8 a las 8:30pm (Ecuador) 📌 Estoy muy emocionada por compartirles mi rutina de cuidado de la piel y contestar todas sus dudas #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #fashionaddict #fashionpost #fashionphotography #fashionlover #fashiondaily #fashionbloggers #fashionstylist #fashionlovers #makeup #maquillaje #skincare #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashioninsta #fashionlove #fashionshoot #fashiondiary #follow #followme.	Marca	1	Sí		Sí		29	Sí		4	Sí		3	3	118	
12	7 de mayo	📌 S U N D A Y 📌 ¿Soy la única que piensa que en Guayaquil el sol se pasa de gresoso? #modaecuador #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #fashionaddict #fashionpost #bloggerecuador #ecuador #guayaquil #modafestilodevida #modaecuador #fashionistas #fashionmodel #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashioninsta #fashionlove #fashionshoot #fashiondiary #follow #followme.	Personal	0	Sí		Sí		30	Sí		2	Sí	Sí	4	1	259	

13	8 de mayo	<p>👉 Buenos días👉 Chicas! Recuerden que hoy estaré haciendo un EN VIVO por aquí mismo en Instagram a las 8:30PM sobre mi rutina para el cuidado de la piel junto a @biofemme_ec 🌸 Espero que las pasemos bien por ahí!</p> <p>#modaecuador#fashionista#fashionblogger#fashionable#fashiondiaries#fashionblog#fashionstyle#fashiongram#fashionaddict#fashionpost#bloggerecuador#ecuador#guayaquil#moda#lifestyle#modaecuador#fashionistas#fashionmodel#fashionoftheday#fashionicon#fashioninspiration#fashionphotographer#fashiontrends#fashionista#fashionlover#fashionshoot#fashiondiary#follow#followme</p>	Marca	0	Sí	Sí	30	Sí	3	Sí	4	4	207
14	8 de mayo	<p>El respectivo maquillaje del fin de semana 🌸 Gracias a todas por sus mensajitos y les prometo hacerles en vivo de toodo, TODO lo que tengo de maquillaje 🌸 Nos vemos hoy a las 8:30PM en un en vivo sobre el cuidado del rostro 🌸</p> <p>#fashion#fashionista#fashionblogger#fashionable#fashiondiaries#fashionblog#fashionstyle#fashiongram#fashionaddict#fashionpost#fashionphotography#fashionlover#fashiondaily#fashionbloggers#fashionistat#fashionicon#fashioninspiration#fashionphotographer#fashiontrends#fashionista#fashionlover#fashionshoot#fashiondiary#follow#followme</p>	Personal	0	Sí	Sí	29	Sí	3	Sí	6	4	294
15	8 de mayo	<p>Ya falta poquito 👉 Recuerden que hoy nos vemos en el EN VIVO 8:30PM (Ecuador) para poder hablar sobre el cuidado de la piel junto a @biofemme_ec 🌸 les aseguro que la pasaremos más que bonito 🌸</p> <p>#fashion#lifestyle#style#fashionblogger#fashionista#fashiondiaries#fashionblog#fashiongram#fashionphotography#itsdarling#fashionlover#fashiondaily#fashionbloggers#fashionmodel#fashionoftheday#fashionphotographer#photography#vibes#ecuador#guayaquil#moda#cuidadodepiel#beauty#essentials#skincare</p>	Marca	0	Sí	Sí	25	Sí	3	Sí	4	0	213
16	9 de mayo	<p>Chiquitas y chiquitos 🌸 Buenos días 👉 Aquí les dejo la foto de todos los productos que estuvieron el día de ayer en el en vivo 🌸 no se olviden de seguir a @biofemme_ec para que puedan adquirirlos y ver toda su gama de productos 🌸</p> <p>#modaecuador#fashionista#fashionblogger#fashionable#fashiondiaries#fashionblog#fashionstyle#fashiongram#fashionaddict#fashionpost#bloggerecuador#ecuador#guayaquil#moda#lifestyle#modaecuador#fashionistas#fashionmodel#fashionoftheday#fashionicon#fashioninspiration#fashionphotographer#fashiontrends#fashionista#fashionlover#fashionshoot#fashiondiary#follow#followme</p>	Marca	0	Sí	Sí	30	Sí	4	Sí	2	0	104
17	9 de mayo	<p>Al que es feliz se le nota. No crítica, no envidia, no busca problemas, no molesta y no quiere ser el centro de atención. 👉 Que tengan un lindo Martes👉</p> <p>#modaecuador#fashionista#fashionblogger#fashionable#fashiondiaries#fashionblog#fashionstyle#fashiongram#fashionaddict#fashionpost#bloggerecuador#ecuador#guayaquil#moda#lifestyle#modaecuador#fashionistas#fashionmodel#fashionoftheday#fashionicon#fashioninspiration#fashionphotographer#fashiontrends#fashionista#fashionlover#fashionshoot#fashiondiary#follow#followme</p>	Personal	0	Sí	Sí	30	Sí	2	Sí	7	4	243
18	9 de mayo	<p>Los favoritos deaaaa 🌸 cuando los vi fue amor a primera vista, son los más hermosos 🌸 ¿verdad?</p> <p>#fashion#fashionista#fashionblogger#fashionable#fashiondiaries#fashionblog#fashionstyle#fashiongram#fashionaddict#fashionpost#fashionphotography#fashionlover#fashiondaily#fashionbloggers#fashionistat#fashionicon#fashioninspiration#fashionphotographer#fashiontrends#fashionista#fashionlover#fashionshoot#fashiondiary#follow#followme</p>	Personal	0	Sí	No	Sí	Sí	2	Sí	6	0	179
19	9 de mayo	<p>Se que ya es millón tarde pero quería subir la foto 👉 Espero que hayan tenido un lindo martes 🌸</p> <p>#fashion#fashionista#fashionblogger#fashionable#fashiondiaries#fashionblog#fashionstyle#fashiongram#fashionaddict#fashionpost#fashionphotography#fashionlover#fashiondaily#fashionbloggers#fashionistat#fashionicon#fashioninspiration#fashionphotographer#fashiontrends#fashionista#fashionlover#fashionshoot#fashiondiary#follow#followme</p>	Personal	0	Sí	Sí	32	Sí	3	Sí	1	0	243
20	10 de mayo	<p>👉 ALERTA DE LABIAL👉 Muchas me preguntaron sobre mi labial del maquillaje en vivo del día Lunes 🌸 Pues les cuento que es el labial de la marca @nabicosmetics 🌸 en tono NUTMEG 👉 Lo pueden encontrar en @dipasobelleza. La próxima semana estaré realizando en vivo paso por paso este maquillaje 🌸 así que estén atentas 🌸</p> <p>#fashion#fashionista#fashionblogger#fashionable#fashiondiaries#fashionblog#fashionstyle#fashiongram#fashionaddict#fashionpost#fashionphotography#fashionlover#fashiondaily#fashionbloggers#fashionistat#fashionicon#fashioninspiration#fashionphotographer#fashiontrends#fashionista#fashionlover#fashionshoot#fashiondiary#follow#followme</p>	Marca	0	Sí	Sí	32	Sí	8	Sí	13	9	261
21	11 de mayo	<p>👉 CONTENOS NUTRIENTES, NO CALORIAS👉 Ya estoy contando los días para poder escuchar la charla de Lorena Fariás @noesdietaengye 👉 Recuerden que pueden adquirir sus entradas en @ticketshow iEspero poder verlos ahí! #guayaquil#ecuador#nutricion#vidasana#estilo#festivodevida#lifestyle</p> <p>#fashion#fashionista#fashionblogger#fashionable#fashiondiaries#fashionblog#fashionstyle#fashiongram#fashionaddict#fashionpost#fashionphotography#fashionlover#fashiondaily#fashionbloggers#fashionistat#fashionicon#fashioninspiration#fashionphotographer#fashiontrends#fashionista#fashionlover#fashionshoot#fashiondiary#follow#followme</p>	Marca	0	Sí	Sí	7	Sí	5	Sí	4	3	77
22	11 de mayo	<p>Sigo enamorada de estas fotos!! Jaja 🌸 Dya las vieron todas? 👉 Están en el blog www.wendyespinozac.com #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries#fashionblog#fashionstyle#fashiongram#fashionaddict#fashionpost#fashionphotography#fashionlover#fashiondaily#fashionbloggers#fashionistat#fashionicon#fashioninspiration#fashionphotographer#fashiontrends#fashionista#fashionlover#fashionshoot#fashiondiary#follow#followme</p>	Personal	1	Sí	Sí	32	Sí	3	Sí	5	4	172
23	11 de mayo	<p>Lo más rico del día siempre son los dulces 👉 Estoy millón agradecida con @decacao.ec por el regalo que le enviaron a mi mamá 🌸 No aguantamos y ya nos adelantamos a probar estas delicias 🌸</p> <p>#modaecuador#fashionista#fashionblogger#fashionable#fashiondiaries#fashionblog#fashionstyle#fashiongram#fashionaddict#fashionpost#bloggerecuador#ecuador#guayaquil#moda#lifestyle#modaecuador#fashionistas#fashionmodel#fashionoftheday#fashionicon#fashioninspiration#fashionphotographer#fashiontrends#fashionista#fashionlover#fashionshoot#fashiondiary#follow#followme</p>	Marca	0	Sí	Sí	30	Sí	4	Sí	3	3	133
24	12 de mayo	<p>Creo que el día de hoy solo tengo palabras de agradecimiento hacia todos 👉 a Dios, a mis padres, amigos, a ustedes! Por cada palabra de aliento y por toda la buena vibra que me han enviado para que este día sea perfecto, son los mejores y siento que les debo tanto!! 🌸 Solo puedo decir: GRACIAS TOTALES!!! 🌸</p> <p>#modaecuador#fashionista#fashionblogger#fashionable#fashiondiaries#fashionblog#fashionstyle#fashiongram#fashionaddict#fashionpost#bloggerecuador#ecuador#guayaquil#moda#lifestyle#modaecuador#fashionistas#fashionmodel#fashionoftheday#fashionicon#fashioninspiration#fashionphotographer#fashiontrends#fashionista#fashionlover#fashionshoot#fashiondiary#follow#followme</p>	Personal	0	Sí	Sí	30	Sí	5	Sí	19	18	561
25	13 de mayo	<p>Gracias a la mejor @lana_cepdamakeup 🌸 por haber madrugado y cruzar media ciudad para dejarme hermosa este día 👉 te pasaste!</p> <p>#fashion#fashionista#fashionblogger#fashionable#fashiondiaries#fashionblog#fashionstyle#fashiongram#fashionaddict#fashionpost#fashionphotography#fashionlover#fashiondaily#fashionbloggers#fashionistat#fashionicon#fashioninspiration#fashionphotographer#fashiontrends#fashionista#fashionlover#fashionshoot#fashiondiary#follow#followme</p>	Marca	0	Sí	Sí	31	Sí	2	Sí	11	9	406

N°	Fecha publicación	Descripción	Tema	Texto													
				Ortografía	Sintaxis		Hashtags			Emoticones			Idioma		Nivel de interacción		
				Número de errores	Sí	No	Sí	No	N°	Sí	No	N°	Español	Inglés	N° Comentarios	N° Respuesta	N° me gusta
1	2 de mayo	Whatevere is good for your soul, do that.	Personal	1	Sí		No			No			Sí	10	0	3470	
2	5 de mayo		Personal	0	Sí		No		Sí		1	Sí		18	0	4221	
3	10 de mayo	Hola! ec	Marca	0	Sí		No		No			Sí		17	1	1024	
4	10 de mayo	Netflix & Chill (?)	Marca	0	Sí		No		No			Sí		21	0	2486	
5	14 de mayo	THANK U MOM FOR ALL YOUR LOVE. @mariaariasm #happymothersday	Personal	0	Sí		Sí		1	No			Sí	10	0	2827	
6	15 de mayo	When you are born in a world you don't fit in, it's because you were born to help create a new one.	Marca	0	Sí		No		Sí	No			Sí	46	3	4276	
7	16 de mayo	Things of quality have no fear of time! #bday #27 #ecuador 🎁🎁🎁	Personal	0	Sí		Sí		3	Sí		4	Sí	81	0	4255	
8	18 de mayo	Lanzamiento del #samsungs8 @samsunglatin	Marca	0	Sí		Sí		1	No		Sí		2	0	3955	
9	19 de mayo	Terminando de grabar y mañana seguimos 📺📺 adivinen comercial para que es! 📺 #Ecuador	Personal	1	Sí		Sí		1	Sí		4	Sí	36	3	4468	
10	24 de mayo	Family bound with @utitorresi @tommyhilfiger #tommyxgigi #TommyEC	Marca	0	Sí		Sí		2	No			Sí	5	1	3692	
11	25 de mayo	👨👩👧👦 cual prefieren?	Marca	1	Sí		No		Sí		4	Sí		88	0	3838	
12	26 de mayo	Visitando a la doc 📄 amiga de la infancia 📺📺	Marca	0	Sí		No		Sí		5	Sí		5	0	3521	
13	30 de mayo	📺📺📺 #nikefree	Marca	0	Sí		Sí		1	Sí		4	Sí	4	0	1297	
14	30 de mayo	Hello world! 📺 #backstage	Marca	0	Sí		Sí		1	Sí		1	Sí	50	2	3425	
15	31 de mayo	Reading your comments and also ordering some food 📺📺📺📺📺 #Backstage #Ecuador	Personal	0	Sí		Sí		2	Sí		9	Sí	39	5	3182	
				3					12			32		432	15	48 137	

Gráfico 24: Ficha de análisis de texto de publicaciones de Jorge Torres. Elaboración propia.

N°	Fecha publicación	Descripción	Tema	Texto														
				Ortografía		Sintaxis		Hashtags			Emoticones			Idioma		Nivel de interacción		
				Número de errores		Sí	No	Sí	No	N°	Sí	No	N°	Español	Inglés	N° Comentarios	N° Respuesta	N° me gusta
1	2 de mayo	ADIDAS ORIGINALS un #tb con @adidasoriginals ¿Y tú que esperas para ser parte del movimiento #Originals? Visita su local en @sanmarinogye planta baja. @carlosallaucha PD. Se viene una sorpresa!!! #menstyle #menswear #streetstyle #style #fashion #lookbook #ootd #mensfashion #styleformen #moda #beard #blogger #bloggerstyle #fashionpost #actor #model #vsc #instagram #editorial #photoshot #jessegallardom #ecuador #outfit #guayaquil #men #quito #adidas #adidasoriginals	Marca	0		Sí		Sí		30	Sí		2	Sí		49	0	1251
2	5 de mayo	VOGUE-RUNWAY No se pueden perder la charla magistral a cargo de José Forteza @joseforteza, senior editor de Latinoamérica. Por que creemos en la moda, creemos en Ecuador. Este 19 y 20 de mayo #yosoyrunway @runwaybymodalab @maximilianpizzi @freaklance #moda #ecuador #quito #guayaquil #pichincha #vogue #runway #desfile #fashion #instavideo #madeinecuador #hechoenecuador	Marca	0		Sí		Sí		13	Sí		2	Sí		10	0	437
3	8 de mayo	COOL KIDS CAN'T DIE Porque el complemento perfecto es posible, mi tee de @anarky.ec y mis #StanSmith de @adidasoriginals @carlosallaucha PD. Se viene una sorpresa junto a @adidasoriginals estén atentos!!! #menstyle #menswear #streetstyle #style #fashion #lookbook #ootd #mensfashion #styleformen #moda #beard #blogger #bloggerstyle #fashionpost #actor #model #vsc #instagram #editorial #photoshot #jessegallardom #ecuador #outfit #guayaquil #men #quito	Marca	0		Sí		Sí		27	Sí		3	Sí	Sí	54	0	1586
4	11 de mayo	NMD Evolución, progreso y desarrollo! Mis palabras favoritas, es lo que encierran los nuevos #NMD CS2. Ya están aquí y los puedes encontrar en @adidasoriginals del San Marino. Y muy pronto les tendrá un mega concurso junto a ellos! @carlosallaucha #menstyle #menswear #details #style #fashion #lookbook #ootd #mensfashion #styleformen #moda #magazine #blogger #bloggerstyle #fashionpost #shades #essentials #vsc #instagram #model #editorial #photoshot #jessegallardom #ecuador #outfit #guayaquil #men #quito #graffiti	Marca	0		Sí		Sí		30	Sí		3	Sí		30	0	1102
5	15 de mayo	CONCURSO (válido para hombres y mujeres) ¿Quieres deslumbrar y ser original en cada paso? ¡Esta es tu oportunidad! Ve a la tienda de #adidasoriginals en San Marino Shopping y sube una foto con tu producto favorito de la colección NMD y etiqueta a @adidasoriginals y a mí @jessegallardom usando los hastags #NMDCS2 y #jessegallardom menciona a 3 o más amig@s para tener más oportunidades. La foto más original ganará un par de zapatos #NMD CS2 de @adidasoriginals. Además, todos los participantes obtendrán un descuento de todos los productos de la tienda solo por participar (descuento aplica hasta fin de mes y será entregado al momento de subir la foto en el local) el concurso es hasta el 29 de mayo, el ganador se dará a conocer el 30 por este mismo medio. PD. Todas las cuentas participantes deben de estar desbloqueadas para ver su publicación. Suerte y no olviden de ser #Original Concurso válido sólo para Guayaquil.	Marca	0		Sí		Sí		5	Sí		2	Sí		40	0	1406
6	22 de mayo	NMD Porque la colección NMD no es sólo zapatos, puedes completar tu look con todas sus prendas o combinarlas como esta oversize tee de @adidasoriginals y puedes encontrar la colección completa en el San Marino Shopping. Recuerda que aún puedes participar para ganarte unos NMD, busca el post del concurso. @carlosallaucha #menstyle #menswear #streetstyle #style #fashion #lookbook #ootd #mensfashion #styleformen #moda #beard #blogger #bloggerstyle #fashionpost #actor #model #vsc #instagram #editorial #photoshot #jessegallardom #ecuador #outfit #guayaquil #men #quito #adidas #graffiti	Marca	0		Sí		Sí		29	Sí		3	Sí	Sí	50	0	1173
7	24 de mayo	ADIDAS ORIGINALS Porque no hay mejor complemento que unos buenos kicks, por eso puedes ganar unos zapatos #NMD de @adidasoriginals, ve a la tienda en el San Marino Shopping, tómate una foto original con la colección #NMD etiquétame e inmediatamente ganas. Concurso hasta el 29 de mayo. @carlosallaucha #menstyle #menswear #details #style #fashion #lookbook #ootd #mensfashion #styleformen #moda #magazine #blogger #bloggerstyle #fashionpost #shades #essentials #vsc #instagram #model #editorial #photoshot #jessegallardom #ecuador #outfit #guayaquil #men #quito #kicks #adidasoriginals	Marca	0		Sí		Sí		31	Sí		3	Sí		40	0	856
8	25 de mayo	MCH.TRENDYNIGHT Este 3 de junio Machala se convierte en una plataforma para la moda nacional @mch.trendynight junto a la Miss Universo para trabajar por los niños de la ciudad, y tu también puedes ser parte. Adquiere tu entrada ahora y apoya está causa! @carlosallaucha #menstyle #menswear #style #fashion #lookbook #ootd #mensfashion #styleformen #moda #beard #blogger #bloggerstyle #fashionpost #actor #model #vsc #instagram #editorial #photoshot #jessegallardom #ecuador #outfit #guayaquil #men #quito #desfile #machala #missecuador #missuniverso	Marca	2		Sí		Sí		29	Sí		3	Sí		23	0	1178
9	29 de mayo	RUNWAY LOOK Mi look para @runwaybymodalab no podía ser de otro diseñador más que del grande @dannyarlas_ec con unos zapatos @adidasoriginals para completar el outfit perfecto @carlosallaucha #menstyle #menswear #streetstyle #style #fashion #lookbook #ootd #mensfashion #styleformen #moda #beard #blogger #bloggerstyle #fashionpost #actor #model #vsc #instagram #editorial #photoshot #jessegallardom #ecuador #outfit #guayaquil #men #quito #madeinecuador #hechoenecuador	Marca	0		Sí		Sí		28	Sí		3	Sí	Sí	107	0	2428
10				2						222			24			403		11 417

Gráfico 25: Ficha de análisis de texto de publicaciones de Jesse Gallardo. Elaboración propia.

N°	Fecha publicación	Descripción	Tema	Texto														
				Ortografía		Sintaxis		Hashtags			Emoticones			Idioma		Nivel de interacción		
				Número de errores	Sí	No	Sí	No	N°	Sí	No	N°	Español	Inglés	N° Comentarios	N° Respuesta	N° me gusta	
1	1 de mayo	<p>✘ NUEVO MES, NUEVOS OBJETIVOS ✘ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Marca	0	Sí		Sí		21	Sí	2		Sí		10	0	345	
2	1 de mayo	<p>✘ SUNDAY LOOK ✘ Ok sorry sorry , Look del lunes(por más lunes que parezcan domingo) #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Marca	0	Sí		Sí		21	Sí	2		Sí	Sí	27	2	658	
3	2 de mayo	<p>✘ PERUVIAN FOOD ✘ Estos platos se ven deliciosos pero con la app para fotos de comida que tiene la cámara de mi #GalaxyA2017 se ven mucho mejor. @Samsunglatin #RetoGalaxyA #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Marca	0	Sí		Sí		23	Sí	2		Sí	Sí	16	2	293	
4	2 de mayo	<p>✘ NATURE... What a wonderful choice ✘ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí		Sí		21	Sí	2		Sí		22	3	481	
5	4 de mayo	<p>✘ SUNSHINE ✘ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí		Sí		21	Sí	2		Sí		9	2	304	
6	4 de mayo	<p>✘ ¿ EXCUSE ME ? ✘ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Marca	0	Sí		Sí		20	Sí	2		Sí		20	6	514	
7	7 de mayo	<p>✘ FZZIOZA ON THE STREET ✘ @jean_luigi #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí		Sí		21	Sí	3		Sí		22	1	375	
8	8 de mayo	<p>✘ FELIZ SEMANA ✘ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí		Sí		21	Sí	2		Sí		16	0	411	
9	8 de mayo	<p>Me encanta fotografiar mi comida y a ti ☺ Participa en el reto foodie de #GalaxyA2017 @samsunglatin. Para participar dale click al link que está en mi bio. #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Marca	0	Sí		Sí		22	Sí	1		Sí		30	7	355	
10	9 de mayo	<p>✘ VANS ADDICT ✘ Gracias por la invitación y por mis nuevos Vans. Nos vemos en @Geekdomec para el lanzamiento de Vans x Nintendo. @vans #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Marca	0	Sí		Sí		21	Sí	2		Sí	Sí	15	4	327	
11	14 de mayo	<p>☺ @jean_luigi #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí		Sí		21	Sí	3		Sí	Sí	15	2	371	
12	15 de mayo	<p>✘ GASOLINA PARA EL CUERPO ✘ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí		Sí		21	Sí	2		Sí		9	0	280	
13	16 de mayo	<p>✘ IN TO THE BLUE ✘ Inspo @nachouve ☺ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Marca	0	Sí		Sí		21	Sí	3		Sí		7	0	447	
14	17 de mayo	<p>✘ Adivinen cuantos de estos platos me comi yo? ✘ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	1	Sí		Sí		21	Sí	2		Sí		23	7	332	
15	17 de mayo	<p>✘ GAME OVER! ✘ @jean_luigi #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí		Sí		21	Sí	3		Sí		18	4	529	

16	19 de mayo	<p>✕ AGÜITA DE COCO ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí	Sí	21	Sí	2	Sí	8	1	358
17	19 de mayo	<p>✕ TENGO UNA PEQUEÑA OBSESION CON LA ROPA NEGRA ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Marca	1	Sí	Sí	21	Sí	2	Sí	18	3	513
18	20 de mayo	<p>✕ TICK TOCK ✕ New baby #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Marca	0	Sí	Sí	21	Sí	2	Sí	12	1	286
19	20 de mayo	<p>✕ MATCHI MATCHI ✕ Amo las rayas en exceso... se nota? #matchimatchi #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Marca	0	Sí	Sí	22	Sí	2	Sí	15	4	595
20	21 de mayo	<p>✕ MI DOMINGO RESUMIDO EN ESTA FOTO ✕ Puedo comer ceviche o cebiche (o cómo uds quieran escribirlo) todos los días. #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Marca	1	Sí	Sí	21	Sí	2	Sí	7	2	316
21	21 de mayo	<p>✕ OMW TO THE TOP ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí	Sí	21	Sí	2	Sí	16	1	605
22	22 de mayo	<p>✕ CASI LISTO PARA NUESTRA NUEVA AVENTURA Y TÚ @fabriziocelleri? ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí	Sí	21	Sí	2	Sí	30	9	524
23	24 de mayo	<p>✕ TO NEW YORK ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí	Sí	21	Sí	2	Sí	15	5	279
24	24 de mayo	<p>✕ ON BROOKLYN ✕ #brooklyn #newyork #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí	Sí	23	Sí	2	Sí	14	3	449
25	25 de mayo	<p>✕ DIAS LLUVIOSOS ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	1	Sí	Sí	21	Sí	2	Sí	4	0	332
26	25 de mayo	<p>✕ NEW YORK, YOU MAKE ME HAPPY ✕ @shoppersom #newyork #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Marca	0	Sí	Sí	22	Sí	3	Sí	12	4	515
27	26 de mayo	<p>✕ GOOD FOOD, GOOD FRIENDS ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí	Sí	21	Sí	2	Sí	5	2	315
28	26 de mayo	<p>✕ FLATIRON NYC ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí	Sí	21	Sí	2	Sí	26	8	499
29	27 de mayo	<p>✕ MY VIEW #newyorkcity ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí	Sí	22	Sí	2	Sí	6	0	310
30	27 de mayo	<p>✕ B&W ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí	Sí	21	Sí	3	Sí	7	1	522

31	28 de mayo	<p>✕ REI KAWAKUBO #MET ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí	Sí	22	Sí	2	Sí	5	0	291
32	29 de mayo	<p>✕ A LITTLE SMOKE ✕ #newyorkcity #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí	Sí	22	Sí	2	Sí	7	2	409
33	29 de mayo	<p>✕ TIME SQUARE #cliché ✕ @leosalazarf #newyork #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí	Sí	23	Sí	3	Sí	12	2	679
34	30 de mayo	<p>✕ DUMBO ✕ @leosalazarf #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí	Sí	21	Sí	3	Sí	22	4	610
35	31 de mayo	<p>✕ BRUNCH IS SERVED ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí	Sí	21	Sí	2	Sí	7	1	256
36	31 de mayo	<p>✕ I WAS CRAZY FOR YOU ✕ @leosalazarf #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí	Sí	21	Sí	3	Sí	8	2	371
37	31 de mayo	<p>✕ THE BIG CITY ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	0	Sí	Sí	21	Sí	2	Sí	7	0	383
				4			788		82		522	95	15 439

Gráfico 26: Ficha de análisis de texto de publicaciones de Fabrizio Zambrano. Elaboración propia.

8.5.- Ficha de análisis de variables para imagen

N°	Fecha publicación	Descripción	Tema	Imagen															
				Iluminación			Plano						Tipo de fotografía					Paleta de colores	
				Subexpuesta	Normal	Sobreexpuesta	General	Americano	Medio	Primer plano	Detalle	Selfie	Flatlay	Foodie	Lifestyle	Fashion	Beauty	Travel	Frios
1	2 de mayo	hola!!! decidí arriesgarme y hacer mi primer video tutorial para entrar al NYX FACE AWARDS 2017 ECUADOR @nyxcosmetics_ec , soy blogger desde hace muchos años y quise incursionar en youtube y mas a fondo en la belleza , encontré la mejor forma de hacerlo gracias a este concurso!! Así que espero su apoyo!! #faceawardsecuador2017 *Link del video en mi perfil!!! PD: Use tanto glitter que aun sigo encontrando restos de este por todos lados jajaj ☺☺☺ #mua #makeup #maquillandoConGloria #beauty_ttm #maquillaje	Marca		Sí					Sí							Sí		Sí
2	3 de mayo	Quisiera comer lo de la revista pero... ☺ #haypoquimoney no mentira! Jajaj últimamente me encanta el yogurt con granola ☺☺ PD: Aunnnn tengo problemas con el video, en #YouTube me sale "se está editando su video" y esto fue hace casi 24 horas help!!! ☺☺☺ #trendyfoodmood #foodie #flatlay #fashionista #lifestyle #igers #igdaily #fancy #look #lookbook #whatiate #eat #fashionistalife #fashionista #instafashionista #instafashion #moda #lovely #ecuador #blogger #food #table #yogurt #granola	Personal		Sí							Sí	Sí						Sí
3	9 de mayo	A D V E N T U R E 📷 #ootd #trendyootday #LA #airport #shop #lifestyle #igers #igdaily #fancy #look #lookbook #whatiwore #whatiworetoday #fashion #fashionista #instafashionista #instafashion #moda #lovely #ootd #estilosa #outfit #outfitoftheday #instalook #ecuador #adventure	Personal			Sí	Sí										Sí	Sí	
4	14 de mayo	🎡 high roller & happy hour!!! hace una semana me vine de vacaciones y no he subido fotos 📷 porque he madrugado y he llegado muy tarde pero vean mis IG stories les compartiré lugares super lindos para que los visiten cuando tengan oportunidad ☺☺☺ #lasvegas #thelinq #travel #vegas #highrollervegas #thelinqlasvegas #lifestyle #fun #vacations #lasvegasstrip	Personal		Sí		Sí										Sí	Sí	
5	15 de mayo	🍩Cupcake ATM ☺☺☺ #sprinklescupcakes #lasvegasstrip #lifestyle #lasvegas #trendyootday	Personal		Sí		Sí						Sí						Sí
6	16 de mayo	Tomemos una foto como que no nos damos cuenta 📷 @rickyulloacruz pero ya en serio! Luego de salir de "gold and silver pawn shop" todo en las vegas es diversión!! ☺☺☺ #lasvegasstrip #lasvegas #goldandsilverpawnshop #couple #couplegoals #smile #lifestyle #picoftheday #vscocam #love #lovelife #blogger #style #picture	Personal		Sí		Sí						Sí					Sí	
7	18 de mayo	F L A M I N G O 🦩 porque son tan lindos?! ☺ quiero tener unos 4! Jajaj #lasvegasstrip #flamingo #lasvegas #ootd #trendyootday #outfit #outfitoftheday #lookoftheday #look #vscocamgram #babe #instagramer #whatiwore #modaecuador #moda #style #estilo #fashionblogger #fashionista #lifestyle #lifestyleblogger #fashionistalife	Personal		Sí		Sí								Sí				Sí
8	19 de mayo	Mirror look ☺!! #lasvegasstrip #vegas #XS #lasvegas #ootd #mirror #selfie #look #lookoftheday #outfitoftheday #beauty #mua #makeup #wynn #outfit #whatiwore #instagramer #lifestyle #fashionista #fashion #deco #instafashion	Personal		Sí				Sí						Sí			Sí	
9	20 de mayo	Cuando ves un lugar que combina con tu grid 📷 ustedes saben que me fascina agregarle colores rosados a mi Instagram 📷 #lasvegasstrip #lasvegas #inspo #pink #building #pink #deco #inspiration #lifestyle #blogger #fashionista #lifestyleblogger #instagramer #lifestylephotography #photography #lovely #instadaily	Personal		Sí		Sí										Sí		Sí
10	20 de mayo	#tbt Caminando por ahí luego de salir del #cirquedusoleil nos encontramos con el mejor escenario ☺ 📷 #lasvegasstrip #lasvegas Pd: Mi chochiii tomo la foto y en serio no me di cuenta jajaj fue la verdadera ("tomame como si no me diera cuenta") ☺ #lifestyle #trendyootday #ootd #outfit #look #view #style #life #paris #eiffeltower #lasvegasblvd #fashionista #fashion #instagramer #instadaily #picoftheday #instagood #trendy #trending	Personal		Sí		Sí										Sí		Sí

11	21 de mayo	Me encontré con esta pared y no me importó salir mas chiquitita 📷 #lasvegas #lasvegastrip #freemont #lifestyle #wallart #walls PD: Sr Alcalde de Guayaquil deje pintar las paredes así 😊👍 #fashion #wall #art #streetphotography #streetart #lifestylephotography #instagramer #instadaily #instagood #igers #ootd #outfitoftheday #look #art #views	Personal	Sí	Sí															Sí
12	22 de mayo	1 año 📷 #lasvegas #lasvegastrip #thevenetian Pd: sabes como tomé esta foto sin ayuda de alguien en las vegas ? Jajaja mira mi IG story 📷 #lifestyle #couplegoals #couple #picoftheday #pic #fashionista #venettian #lifestylephotography #love #fashion #style #instagood #inspo #instadaily #instagramer	Personal	Sí	sí															Sí
13	24 de mayo	🌸 Victoria Gardens kind of day 📷 #LA #California Este centro comercial al aire libre es lindísimo para comprar y caminar 😊 #ootd #trendyootday #lifestyle #trendy #fashionista #fashionblogger #outfit #outfitoftheday #look #whatiwore #instadaily #style #fashion #ig #igers #girly #classy	Personal	Sí	Sí															Sí
14	26 de mayo	Friday vibes , para alguien que no le gusta que le den flores me encantan para tomarme fotos jajaj (wtf?) 🌸🌸🌸🌸🌸🌸🌸🌸 #flowers #ootd #trendyootday #knotsberrfarm #instagramer #lifestyle #lifestyleblogger #dailyinspo #inspo #life #flowerpower #whatiwore #ig #igers #brunette #sporty #funpark	Personal	Sí	Sí															Sí
15	28 de mayo	Domingo y fin de feriado perfecto 📷 ya recargué todas las energías que me faltaban para el LUNES 📷 y aproveche a usar este lindo y cómodo outfit ! #lookdeprati #ootd #trendyootday #lifestyle. Cc @deprati @gloriamejiaar #flowers #outfitoftheday #outfit #girly #classy #look #stylish #style #lifestyleblogger #picoftheday #instagramer #instadaily #igers #ig #whatiwore #fashionista	Marca	Sí	Sí															Sí
16	29 de mayo	😊 Feliz con mi Pelo nuevo 📷 hace 1 año no me lo pintaba 📷 y gracias a @paulovapalacios y su atención de lujo soy YO de nuevo jajaj me fascina mi pelo Bronde 😊 miren mi IG story todo el look 📷 #selfiequeen #bronde #beauty #beauty_tm #lifestyleblogger #lifestyle #mua #makeup #beautiful #selfie #brunette #balayageombre #makeupph #picoftheday #igers #instadaily #instagramer	Marca	Sí										Sí						Sí
17	29 de mayo	Para completar el atuendo perfecto 📷📷📷 me fascinan mis loafers y esta mini cartera! , ideales para un outfit casual y chic 📷 #lookdeprati * Todo y en otros colores los puedes encontrar en @deprati #flatlay #trendyflatlay #chic #ootd #flowers #outfitoftheday #outfit #girly #classy #look #stylish #style #lifestyleblogger #picoftheday #instagramer #instadaily #igers #ig #whatiwore #fashionista	Marca	Sí											Sí					Sí
18	30 de mayo	Fav place! L A C M A. #Losangeles #trendyootday #ootd #moda #flowers #outfitoftheday #outfit #girly #classy #look #stylish #style #lifestyleblogger #picoftheday #instagramer #instadaily #igers #ig #whatiwore #fashionista	Personal	Sí	Sí															Sí
19	30 de mayo	Cuando tienes un día malo... un buen outfit lo arregla todo!! 📷📷📷 #ootd #fashionistalife #trendyootday #lookdeprati cc @deprati #flowers #outfitoftheday #outfit #girly #classy #look #stylish #style #lifestyleblogger #picoftheday #instagramer #instadaily #igers #ig #whatiwore #fashionista	Marca	Sí	Sí															Sí
20	31 de mayo	📷 Amo este estampado! 😊 lo tropical esta de regreso y no necesariamente puede estar en un look casual . Me encanta vestirme así (#Dressy) entre semana de vez en cuando jajaj (el clima no lo permite) Feliz mitad de semana!! 📷 #lookdeprati #ootd #fashionistalife #trendyootday #flowers #outfitoftheday #outfit #girly #classy #look #stylish #style #lifestyleblogger #picoftheday #instagramer #instadaily #igers #ig #whatiwore #fashionista	Marca	Sí	Sí															Sí

Gráfico 27: Ficha de análisis de imagen de publicaciones de Gloria Mejía. Elaboración propia.

N°	Fecha publicación	Descripción	Tema	Imagen																
				Iluminación			Plano						Tipo de fotografía					Paleta de colores		
				Subexpuesta	Normal	Sobrexpuesta	General	Americano	Medio	Primer plano	Detalle	Selfie	Fiatlay	Foodie	Lifestyle	Fashion	Beauty	Travel	Fríos	Cálidos
1	1 de mayo	I'm bringing sexy back... ✨ Este fue uno de mis looks favoritos en mi video, si lo vieron? Entren a mi canal de YouTube #Aribristyle #aribrstyle#fashion #style #stylish #love #aribrstyle #me #cute #photooftheday #hair #beauty #beautiful #pretty #slay #aribrilook #girl #design #model #shoes #styles #outfit #jewelry #glam	Personal		Sí		Sí											Sí		
2	3 de mayo	Cada vez que veo algo con toques dorados lo necesito en mi vida! "Don't forget to smile" ✨ #favthings	Marca		Sí							Sí		Sí					Sí	
3	5 de mayo	Estoy retomando mis días de ejercicios... porque es tan difícil empezar!! ☺ pero lo mejor es que estoy bien equipada con mis @skechers...ec Estos los puedes encontrar en CC San Marino y CC Condado Shopping 2do piso. 🇺🇸🇺🇸 #Skechers #fashion #style #stylish #love #aribrstyle #me #cute #photooftheday #hair #beauty #beautiful #pretty #slay #aribrilook #girl #design #model #shoes #styles #outfit #jewelry #glam	Marca		Sí					Sí				Sí				Sí		
4	6 de mayo	Amo los días en que mi cabello amanece domable! Porque normalmente parezco leona! 🐯 este es uno de mis #LookDePrati que pronto verán en mi blog! 📖 Por cierto no creen que se ve increíble el cielo celeste pastel con las flores? 🌸 #spring #feel #fashion #style #stylish #love #aribrstyle #me #cute #photooftheday #hair #beauty #beautiful #pretty #slay #aribrilook #girl #design #model #shoes #styles #outfit #jewelry #glam	Marca		Sí				Sí						Sí				Sí	
5	7 de mayo	Love this clutch! 📖👜👜 #LookDePrati #aribrstyle#fashion #style #stylish #love #aribrstyle #me #cute #photooftheday #hair #beauty #beautiful #pretty #slay #aribrilook #girl #design #model #shoes #styles #outfit #jewelry #glam	Marca		Sí							Sí			Sí			Sí		
6	9 de mayo	Se viene...el calzado que ilumina tu camino. Pueden ver en mi Insta Story como realicé mi placa con el spray... Súper original! Me daba miedo de dañarlo jaja pero quedó mejor de lo pensado. 📖📖 #NMD @adidasoriginals #fashion #style #stylish #love #me #cute #photooftheday #beauty #beautiful #instagood #pretty #swag #pink #girl #girls #eyes #design #model #dress #shoes #heels #styles #adidas #shopping #glam	Marca		Sí							Sí		Sí				Sí		
7	10 de mayo	Tomando un break en el Work shop de Producción de moda @deprati ! Porque todos los días es importante aprender algo nuevo! ✨?P: @shotwalk_ec #fashion #style #stylish #love #aribrstyle #me #cute #photooftheday #hair #beauty #beautiful #pretty #slay #aribrilook #girl #design #model #shoes #styles #outfit #jewelry #glam	Marca		Sí		Sí								Sí			Sí		
8	11 de mayo	Detalles de mi próximo outfit!! Lady girl 📖👜👜 Por cierto estaré haciendo un fb live en una hora así que estén atentos 📖📖 #shoelover	Marca		Sí							Sí			Sí			Sí		
9	13 de mayo	Disfrutando como siempre con @paulovapalacios porque solo ella sabe cómo dejar bella a una mujer! No se pueden perder esta promoción! 📖📖 Solo por la semana de las madres, 📖 hoy sábado 13 de 09 am a 08pm ! podrás agendar tu cita hasta con un 20% de descuento en todos nuestros servicios, promoción válida únicamente para pagos en efectivo (tu cita puede quedar agendada hasta el 15 de junio) acércate al comercial Plaza Colonia local #13, para más info #0981058949) *no aplica retoques📖	Marca		Sí							Sí						Sí		
10	14 de mayo	Mi mami 📖📖 Ella es mi inspiración de cada día, a pesar que ya no pueda estar con ella todos los días, ella sabe lo mucho que me hace falta sus conversaciones, su presencia, todo lo que soy es gracias a ella. No voy a negar que desde me casé, me costo mucho separarme de mi familia, pero mucho más de ella. Uoraba todos los días, porque sabía que ya había formado mi propia familia y no la iba a ver tan a menudo (si lo sé soy muy consentida) pero es el amor que nos tenemos a nuestra manera. Pero soy feliz porque gracias a Dios puedo seguir demostrándole lo mucho que la amo, no solo hoy sino todos los días hasta que El me lo permita. Se que éstos momentos lo atesoraremos siempre. Te amo mami! (En mi Insta Story podrán ver la sorpresa que le dimos a mi mami y a mi suegra 📖📖 la pasamos maravilloso) #mommysgirl #mothersday #trendelcacao	Personal		Sí		Sí											Sí		Sí
11	15 de mayo	Magic places! 📖📖 Para las personas que me estuvieron preguntando dónde nos llevó el tren: pues este es el lugar que tienen que conocer, es un lugar mágico que tiene mi lindo Ecuador ---> @la_danesa 📖📖 Pasamos un día espectacular con nuestras mamiitas! #AribriTrip #AribriTips #mustgo #lifestyle #aribrstyle#flowers #bottles #botellas #spot #beautiful #love #pretty #plants #blossom #sopretty #spring #summer #flowerstagram #flowerporn #botanical #floral #florals #bloom #blooms #botanical #floweroftheday #Ecuador	Marca		Sí		Sí											Sí	Sí	

12	16 de mayo	Nuevo look en mi blog 🌟🌟🌟 #LookDePrati (link en el perfil) Por cierto sintieron el temblor recién en Ecuador? Yo estaba en mi trabajo y ustedes? 🙄yo me pongo muy nerviosa cuando eso pasa! ☹️ #fashion #style #stylish #love #aribristyle #me #cute #photooftheday #hair #beauty #beautiful #pretty #stay #aribrilook #girl #design #model #shoes #styles #outfit #jewelry #glam	Marca		Sí	Sí								Sí				Sí
13	17 de mayo	Recordando mi charla con Morgan ☺️Un chance tímido, no quería salir. Amo los caballos, me parecen tan majestuosos! Sabían que en el calendario chino soy el caballo? No se que significa eso, pero me encanta! ☺️❤️ #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionblog #fashionstyle #outfit #fashionguide #fancy #shoes #estilosa #love #fashionpost #igdaily #fashiondaily #fashionaddict #whatiwore #look #modaecuador #modaecuador #style #stylish #aribristyle #me #cute #photooftheday #hair #beauty	Personal		Sí	Sí							Sí					Sí
14	19 de mayo	About last night! 🌟🌟 @samsunglatin #GalaxyS8 En mi Insta Story podrán ver lo increíble que estuvo el lanzamiento! 🌟🌟 #loveromwies #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionblog #fashionstyle #outfit #fashionguide #fancy #shoes #estilosa #love #fashionpost #igdaily #fashiondaily #fashionaddict #whatiwore #look #modaecuador #modaecuador #style #stylish #aribristyle #me #cute #photooftheday #hair #beauty	Marca		Sí	Sí								Sí				Sí
15	20 de mayo	Detalles 🌟	Personal		Sí							Sí						Sí
16	21 de mayo	Nunca les mostré mi outfit #NMD de @adidasoriginals escogí los zapatos grises en vez de los polka dots, porque quedan con todo!! #lovepink #beoriginal #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionblog #fashionstyle #outfit #fashionguide #fancy #shoes #estilosa #love #fashionpost #igdaily #fashiondaily #fashionaddict #whatiwore #look #modaecuador #modaecuador #style #stylish #aribristyle #me #cute #photooftheday #hair #beauty	Marca		Sí	Sí								Sí				Sí
17	22 de mayo	Chicas esta semana es la #SemanaCapilarDePrati hasta el miércoles 24 de mayo pueden asistir a las charlas gratuitas con especialistas en vivo para que aprendan cómo cuidar su cabello! También habrán sorteos y regalos por compras. #RevelaTuBelleza @deprati	Marca		Sí	Sí				Sí					Sí			Sí
18	23 de mayo	I'm a dog person 🐶 cuando veo algo de perritos me llama tanto la atención, aunque también soy fanática a morir de #hellokitty 🐱jaja Y Uds que son #catperson o #dogperson? #LookDePrati #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionblog #fashionstyle #outfit #fashionguide #fancy #shoes #estilosa #love #fashionpost #igdaily #fashiondaily #fashionaddict #whatiwore #look #modaecuador #modaecuador #style #stylish #aribristyle #me #cute #photooftheday #hair #beauty	Marca		Sí	Sí								Sí				Sí
19	24 de mayo	Hair flip... 🌟Les cuento que recién llevo de ver la nueva película "Como ser un latin lover" nos pasamos riendo a carcajadas todo el rato... aunque hubieron unos por ahí que zzz jaja 🌟recomendado! #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionblog #fashionstyle #outfit #fashionguide #fancy #shoes #estilosa #love #fashionpost #igdaily #fashiondaily #fashionaddict #whatiwore #look #modaecuador #modaecuador #style #stylish #aribristyle #me #cute #photooftheday #hair #beauty	Marca		Sí	Sí								Sí				Sí
20	26 de mayo	Porque los Pom-poms ya no son sólo para las porristas. Esta tendencia se lo está viendo en muchas prendas ya sea en ropa, accesorios o zapatos. Pero a mí en particular me encanta como queda con las carteras. Qué les parece esta nueva tendencia? ¿Ya tienen su accesorio con toque pom-pom? 🌟 (link en el perfil para ver el look completo) #LookDePrati #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionblog #fashionstyle #outfit #fashionguide #fancy #shoes #estilosa #love #fashionpost #igdaily #fashiondaily #fashionaddict #whatiwore #look #modaecuador #modaecuador #style #stylish #aribristyle #me #cute #photooftheday #hair #beauty	Marca		Sí					Sí				Sí				Sí
21	27 de mayo	Yo feliz porque aún me queda un día más para levantarme tarde jaja #feriado #LookDePrati (Por cierto en mi Insta Story podrán ver mi nuevo tono de cabello)	Marca		Sí							Sí						Sí
22	29 de mayo	My new fav!!! 🌟 #LookDePrati (soon on the blog) #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionblog #fashionstyle #outfit #fashionguide #fancy #shoes #estilosa #love #fashionpost #igdaily #fashiondaily #fashionaddict #whatiwore #look #modaecuador #modaecuador #style #stylish #aribristyle #me #cute #photooftheday #hair #beauty	Marca		Sí							Sí			Sí			Sí
23	31 de mayo	Y se acaba Mayo! Soy yo o los meses están pasando volando?! Ya mismo estaremos de nuevo poniendo el árbol de Navidad jaja 🌟 #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionblog #fashionstyle #outfit #fashionguide #fancy #shoes #estilosa #love #fashionpost #igdaily #fashiondaily #fashionaddict #whatiwore #look #modaecuador #modaecuador #style #stylish #aribristyle #me #cute #photooftheday #hair #beauty	Personal		Sí	Sí								Sí				Sí

Gráfico 28: Ficha de análisis de imagen de publicaciones de Ariana Briones. Elaboración propia.

Nº	Fecha publicacion	Descripción	Tema	Iluminación			Imagen							Paleta de colores						
				Subexpuesta	Normal	Sobrexpuesta	General	Americano	Medio	Plano	Primer plano	Detalle	Selfie	Flatlay	Foodie	Lifestyle	Fashion	Beauty	Travel	Pieles
1	2 de mayo	Martes con M de @maquillajecuador 🇪🇨 para aquellas que siempre me han preguntado por mis pestañas solo les puedo decir que nunca había estado tan enamorada de ellas como ahora 🤗 #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #makeup #makeupart #fashionphotography #fashionlover #fashiondaily #fashionbloggers #fashionists #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #follow #followme	Marca		SI					SI									SI	SI
2	2 de mayo	Para las que vieron mis historias de ayer, sabrán que andaba emocionada con las sobrias de mi maquillaje 🇪🇨 y al día que me mejoré mis mutillas al hablar 🇪🇨 prometo que le pondré empeño al asunto porque esta vez sabré jajaja 🇪🇨 #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #makeup #makeupart #fashionphotography #fashionlover #fashiondaily #fashionbloggers #fashionist #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #follow #followme	Personal		SI								SI						SI	SI
3	2 de mayo	¿Como que solo hasta ayer era el feriado? 🇪🇨 Yo creo que se me extendió un día más porque mi cerebro hoy seguía en OFF 🇪🇨 #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #makeup #makeupart #fashionphotography #fashionlover #fashiondaily #fashionbloggers #fashionist #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #follow #followme	Personal		SI		SI												SI	SI
4	2 de mayo	Estoy dejando todo listo en el blog 🇪🇨 para mañana contarles todo acerca de mi outfit 🇪🇨 mientras tanto participo por las entradas al @runwaybymodalita dejando mi look con el cual podría asistir al evento (aunque creo que me abrigaría un poco más jajaja) 🇪🇨 #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #makeup #makeupart #fashionphotography #fashionlover #fashiondaily #fashionbloggers #fashionist #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #follow #followme	Marca		SI		SI												SI	SI
5	3 de mayo	🇪🇨NewPost Va pueden entrar al blog (link directo en la bio) para ver todos los detalles de este look 🇪🇨 (Tap for details) #modaecuador #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #follow #followme	Marca		SI		SI												SI	SI
6	4 de mayo	Buenos días 🇪🇨 hoy me levante más contenta que nunca con los productos de @bioferme_ec 🇪🇨 Les tengo preparada una sorpresa sobre el uso de sus productos de cara cuidados de la piel 🇪🇨 #modaecuador #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #follow #followme	Marca		SI								SI						SI	SI
7	5 de mayo	🇪🇨V I E R N E S 🇪🇨 Hoy no tengo ganas de no salir de la cama 🇪🇨 lo bueno es que apenas me levante va estaré toda Glam 🇪🇨 con mis cejas y pestañas de @maquillajecuador #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #follow #followme	Marca		SI									SI					SI	SI
8	5 de mayo	Sigo enamorada de mi maquillaje de la semana pasada 🇪🇨 si vieran mi celular lo que más tengo son de no salir de la cama 🇪🇨 lo bueno es que apenas me levante va estaré toda Glam 🇪🇨 con mis cejas y pestañas de @maquillajecuador #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #follow #followme	Personal		SI														SI	SI
9	6 de mayo	🇪🇨Hacer todo sin quejarme #modaecuador #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #follow #followme	Personal		SI									SI					SI	SI
10	6 de mayo	Las Fishies son lo de hoy... but 🇪🇨 si ya fuéramos lo mismo pero diferente? Para mí en color blanco son lo 🇪🇨 y me encantaría ¿Que opinan ustedes? #modaecuador #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #follow #followme	Personal		SI		SI												SI	SI
11	7 de mayo	Chicas 🇪🇨 ¿AL FIN 🇪🇨 Recuerden que les decía que había un en vivo con @bioferme_ec 🇪🇨? Pues anóten en sus agendas que será el día de mañana, Lunes 8 a las 8:30pm (Ecuador) 🇪🇨 Estoy muy emocionada por compartirles mi rutina de cuidado de la piel y contestar todas sus dudas #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #follow #followme	Marca		SI								SI		SI				SI	SI
12	7 de mayo	🇪🇨S U N D A Y 🇪🇨 ¿Soy la única que piensa que en Guayaquil el sol se pasa de grosero? #modaecuador #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #follow #followme	Personal		SI		SI												SI	SI
13	8 de mayo	🇪🇨 Buenos días 🇪🇨 Chicas hoy estamos que como un EN VIVO por aquí mismo en Instagram a las 8:30PM sobre mi rutina para el cuidado de la piel junto a @bioferme_ec 🇪🇨 ¡Espero verlas por ahí! #modaecuador #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #follow #followme	Marca		SI		SI												SI	SI
14	8 de mayo	El respectivo maquillaje del fin de semana 🇪🇨 Gracias a todas por sus mensajes y les prometo hacerles en vivo de todo, TODO lo que tengo de maquillaje 🇪🇨 Nos vemos hoy a las 8:30PM en un en vivo sobre el cuidado del rostro 🇪🇨 #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #follow #followme	Personal		SI									SI					SI	SI
15	8 de mayo	Ya falta poquito 🇪🇨 Recuerden que hoy nos vemos en el EN VIVO 8:30PM (Ecuador) para poder hablar sobre el cuidado de la piel junto a @bioferme_ec 🇪🇨 les aseguro que la pasaremos más que bonito 🇪🇨 #fashion #fashionista #fashionblogger #fashionable #fashiondiaries #fashionblog #fashionstyle #fashiongram #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #fashionoftheday #fashionicon #fashioninspiration #fashionphotographer #fashiontrends #fashionista #fashionlove #fashionstyle #follow #followme	Marca		SI		SI												SI	SI

31	19 de mayo	Debo de confesarles que soy amante a mil de los días grises ☹️👉 porque siento que puedo dormir todo el día! Pero igual siempre intento poner algo de color, en esta ocasión mi paraguas 🌂 ¿Les gusta? #modaecuador#fashionista#fashionblogger#fashionable#fashiondiaries#fashionblog#fashionstyle#fashiongram#fashionaddict#fashionpost#bloggerecuador#ecuador#guayaquil#moda#lifestyle#modaecuador#fashionistas#fashionmodel#fashionoftheday#fashionicon#fashioninspiration#fashionphotographer#fashiontrends#fashionista#fashionlove#fashionshoot#fashiondiary#follow#followme	Marca		Sí		Sí							Sí			Sí	
32	19 de mayo	Esta foto fue ayer en el en vivo de @dipasobelleza 🥰 Gracias a todas las que estuvieron compartiendo junto a mi y muy feliz de todo lo que se viene 🥰 Adicional... Estoy pensando seriamente en dejarme el cabello chiquito 🤔 ¿Qué opinan? 🙏 #modaecuador#fashionista#fashionblogger#fashionable#fashiondiaries#fashionblog#fashionstyle#fashiongram#fashionaddict#fashionpost#bloggerecuador#ecuador#guayaquil#moda#lifestyle#modaecuador#fashionistas#fashionmodel#fashionoftheday#fashionicon#fashioninspiration#fashionphotographer#fashiontrends#fashionista#fashionlove#fashionshoot#fashiondiary#follow#followme	Marca		Sí			Sí							Sí			Sí
33	20 de mayo	¡Buenos días! 🥰 Iniciando mi sábado con mi rutina de @biofemme_ec 🥰 Recuerden la importancia de cuidar nuestra piel del rostro 🙏 #modaecuador#fashionista#fashionblogger#fashionable#fashiondiaries#fashionblog#fashionstyle#fashiongram#fashionaddict#fashionpost#bloggerecuador#ecuador#guayaquil#moda#lifestyle#modaecuador#fashionistas#fashionmodel#fashionoftheday#fashionicon#fashioninspiration#fashionphotographer#fashiontrends#fashionista#fashionlove#fashionshoot#fashiondiary#follow#followme	Marca		Sí			Sí							Sí			Sí
34	21 de mayo	👉DO M I N G O👉 Ahora si a desayunar! Estos días son para dormir hasta tarde 🙏 ¿Quién más no se quería levantar de la cama? 🙏 #modaecuador#fashionista#fashionblogger#fashionable#fashiondiaries#fashionblog#fashionstyle#fashiongram#fashionaddict#fashionpost#bloggerecuador#ecuador#guayaquil#moda#lifestyle#modaecuador#fashionistas#fashionmodel#fashionoftheday#fashionicon#fashioninspiration#fashionphotographer#fashiontrends#fashionista#fashionlove#fashionshoot#fashiondiary#follow#followme	Personal		Sí			Sí	Sí									Sí
35	21 de mayo	Domingo de inspirarse con @guiltigoficial junto a @theblankpost! Se viene una semana a full 🙏 junto a varios regalitos para ustedes! 🥰 👉SORTEO GUAYAQUIL👉 GANADORA @tabatakaiser 🥰 Por favor comunicate con @arteyfrutas por interno para coordinar la entrega	Marca		Sí				Sí			Sí						Sí
36	22 de mayo	¿Ya leyeron mi último post hablando sobre mi tragedia? 🙏 jajaa sí no lo han hecho vayan ahorita mismo www.wendyespinozac.com	Personal		Sí					Sí			Sí					Sí
37	22 de mayo	Así de feliz ando con mi cadenita de @libelulaplus 🥰 ¿Sabían que soy fanática de los cadenitas con pequeños detalles? 🥰	Marca		Sí				Sí					Sí				Sí
38	23 de mayo	👉J U E V E S👉 ¿Alguien más es amante de los cactus como yo? Me declaro culpable de ser fan #1	Personal		Sí					Sí				Sí				Sí
39	25 de mayo	La emoción aún no me cabe en mi pecho 🥰 Estoy muy feliz de ahora poder compartir todos mis trauquitos de belleza con ustedes junto a @dipasobelleza 🥰 Así que estén atentas y atentos para que puedan ver todos los videos 🥰	Marca		Sí			Sí									Sí	Sí
40	25 de mayo	👉F R I D A Y👉 No se ustedes pero los Viernes me gustan más cuando son feriados 🙏🙏🙏 Como que son más lindos ¿no?	Personal		Sí					Sí			Sí					Sí
41	26 de mayo	Le he cogido un amor a los pañuelos y más aún por las mil y una formas en las cuál se los puede utilizar 🥰 ¿Son mi accesorio favorito por ahora! ¿Cuál es el tuyo?	Personal		Sí													
42	26 de mayo	#wiwt #whatiwore #outfitpost #outfit #whatiworetoday #styleinspo #outfitpost #ootd #styleblogger #me #team #styleinspiration #styleblogger #blogger #picoftheday #girl #pretty #chic #streetstyle #ecuadorfashionblogger	Marca		Sí		Sí								Sí			Sí
43	27 de mayo	El día de ayer estuve por @guimsa_ec y me quería llevar en peso toda la tienda 🙏 cada vez que voy salgo con más ideas de decoración para mi cuarto 🥰	Marca		Sí		Sí							Sí				Sí
44	29 de mayo	👉L U N E S👉 No sé ustedes, pero ya quiero que sea feriado de nuevo 🙏	Personal		Sí		Sí								Sí			Sí
45	29 de mayo	Soy amante de detenerme y observar los tremendos paisajes que nos regala la vida 🙏	Personal		Sí		Sí							Sí				Sí
46	30 de mayo	Chicas! ¿Sabían que soy amante del maquillaje en tonos nude? 🥰🙏 El día de hoy les estaré enseñando uno EN VIVO en el Instagram de @dipasobelleza 🥰 Así que nos vemos por ahí a las 5PM	Marca		Sí				Sí							Sí		Sí
47	31 de mayo	Nada más lindo que andar siempre en @converse 🥰 ¡lástima que me lesioné 🙏 y me tocara usar zapatillas por un tiempo, toca acostumbrarse y dejar de lado mi lado deportivo 🙏	Marca		Sí					Sí					Sí			Sí

Gráfico 29: Ficha de análisis de imagen de publicaciones de Wendy Espinoza. Elaboración propia.

N°	Fecha publicación	Descripción	Tema	Imagen																
				Iluminación			Plano							Tipo de fotografía					Paleta de colores	
				Subexpuesta	Normal	Sobrexpuesta	General	Americano	Medio	Primer plano	Detalle	Selfie	Flatlay	Foodie	Lifestyle	Fashion	Beauty	Travel	Fríos	Cálidos
1	2 de mayo	Whatevere is good for your soul, do that.	Personal		Sí		Sí											Sí	Sí	
2	5 de mayo		Personal		Sí			Sí											Sí	
3	10 de mayo	Hola! EC	Marca		Sí			Sí											Sí	
4	10 de mayo	Netflix & Chill (?)	Marca		Sí		Sí												Sí	
5	14 de mayo	THANK U MOM FOR ALL YOUR LOVE. @mariaarias #happymothersday	Personal		Sí			Sí						Sí					Sí	
6	15 de mayo	When you are born in a world you don't fit in, it's because you were born to help create a new one.	Marca		Sí		Sí								Sí				Sí	
7	16 de mayo	Things of quality have no fear of time! #bday #27 #ecuador 🎁🎂🍰	Personal		Sí			Sí						Sí					Sí	
8	18 de mayo	Lanzamiento del #samsungs8 @samsunglatin	Marca		Sí		Sí							Sí					Sí	
9	19 de mayo	Terminando de grabar y mañana seguimos 👀👀 adivinen comercial para que es! 🇪🇨 #Ecuador	Personal		Sí								Sí		Sí					Sí
10	24 de mayo	Family bound with @utitorresi @tommyhilfiger #tommyxgigi #TommyEC	Marca		Sí		Sí								Sí					Sí
11	25 de mayo	👀👀👀 cual prefieren?	Marca		Sí			Sí							Sí					Sí
12	26 de mayo	Visitando a la doc 📺 amiga de la infancia 👤👤	Marca		Sí								Sí		Sí					Sí
13	30 de mayo	👤👤👤 #nikefree	Marca		Sí								Sí		Sí					Sí
14	30 de mayo	Hello world! 📺 #backstage	Marca		Sí			Sí							Sí					Sí
15	31 de mayo	Reading your comments and also ordering some food 🍷🍷🍷🍷🍷 #Backstage #Ecuador	Personal		Sí		Sí							Sí						Sí

Gráfico 30: Ficha de análisis de imagen de publicaciones de Jorge Torres. Elaboración propia.

N°	Fecha publicación	Descripción	Tema	Imagen															
				Iluminación			Plano							Tipo de fotografía				Paleta de colores	
				Subexpuesta	Normal	Sobreexpuesta	General	Americano	Medio	Primer plano	Detalle	Selfie	Flatlay	Foodie	Lifestyle	Fashion	Beauty	Travel	Fríos
1	2 de mayo	👟ADIDAS ORIGINALS👟 un #tb con @adidasoriginals y tú que esperas para ser parte del movimiento #Originals? Visita su local en @sanmarinogye planta baja. @carlosallaica PD. Se viene una sorpresa!! #menstyle #menswear #streetstyle #style #fashion #lookbook #ootd #mensfashion #styleformen #moda #beard #blogger #bloggerstyle #fashionpost #actor #model #vsco #instagram #editorial #photoshot #jessegallardom #ecuador #outfit #guayaquil #men #quito #adidas #adidasoriginal	Marca		Sí			Sí											Sí
2	5 de mayo	👗VOGUE-RUNWAY👗 No se pueden perder la charla magistral a cargo de José Forteza @joseforteza, senior editor de Latinoamérica. Por que creemos en la moda, creemos en Ecuador. Este 19 y 20 de mayo #vossayrunway @runwaybymodalab @maximilianpizzi @freaklance #moda #ecuador #quito #guayaquil #pichincha #vogue #runway #desfile #fashion #instavideo #madeinecuador #hechoenecuador	Marca		Sí			Sí											Sí
3	8 de mayo	👕COOL KIDS CAN'T DIE👕Porque el complemento perfecto es posible, mi tee de @marky.ec y mis #tanSmith de @adidasoriginals @carlosallaica PD. Se viene una sorpresa junto a @adidasoriginals estén atentos!!! #menstyle #menswear #streetstyle #style #fashion #lookbook #ootd #mensfashion #styleformen #moda #beard #blogger #bloggerstyle #fashionpost #actor #model #vsco #instagram #editorial #photoshot #jessegallardom #ecuador #outfit #guayaquil #men #quito	Marca		Sí			Sí											Sí
4	11 de mayo	👟#NMD👟 Evolución, progreso y desarrollo! Mis palabras favoritas, es lo que encierran los nuevos #NMD CS2. Ya están aquí y los puedes encontrar en @adidasoriginals del San Marino. Y muy pronto les tendrá un mega concurso junto a ellos! @carlosallaica #menstyle #menswear #details #style #fashion #lookbook #ootd #mensfashion #styleformen #moda #magazine #blogger #bloggerstyle #fashionpost #shades #essentials #vsco #instagram #model #editorial #photoshot #jessegallardom #ecuador #outfit #guayaquil #men #quito #grafitti	Marca		Sí					Sí					Sí				Sí
5	15 de mayo	👟CONCURSO👟 (válido para hombres y mujeres) ¿Quieres deslumbrar y ser original en cada paso? (Esta es tu oportunidad! Ve a la tienda de @adidasoriginals en San Marino Shopping y sube una foto con tu producto favorito de la colección NMD y etiqueta a @adidasoriginals y a mí @jessegallardom usando los hashtags #NMDCS2 y #jessegallardom menciona a 3 o más amigos para tener más oportunidades. La foto más original ganará un par de zapatos #NMD CS2 de @adidasoriginals. Además, todos los participantes obtendrán un descuento de todos los productos de la tienda solo por participar (descuento aplica hasta fin de mes y será entregado al momento de subir la foto en el local) el concurso es hasta el 29 de mayo, el ganador se dará a conocer el 30 por este mismo medio. PD. Todas las cuentas participantes deben de estar desbloqueadas para ver su publicación. Suerte y no olviden de ser #Original Concurso válido sólo para Guayaquil.	Marca		Sí							Sí			Sí				Sí
6	22 de mayo	👕#NMD👟 Porque la colección NMD no es sólo zapatos, puedes completar tu look con todas sus prendas o combinarlas como esta oversize tee de @adidasoriginals y puedes encontrar la colección completa en el San Marino Shopping. Recuerda que aún puedes participar para ganarte unos NMD, busca el post del concurso. @carlosallaica #menstyle #menswear #streetstyle #style #fashion #lookbook #ootd #mensfashion #styleformen #moda #beard #blogger #bloggerstyle #fashionpost #actor #model #vsco #instagram #editorial #photoshot #jessegallardom #ecuador #outfit #guayaquil #men #quito #adidas #grafitti	Marca		Sí										Sí				Sí
7	24 de mayo	👟ADIDAS ORIGINALS👟 Porque no hay mejor complemento que unos buenos kicks, por eso puedes ganar unos zapatos #NMD de @adidasoriginals, ve a la tienda en el San Marino Shopping, tómame una foto original con la colección #NMD etiquetame e inmediatamente ganas. Concurso hasta el 29 de mayo. @carlosallaica #menstyle #menswear #details #style #fashion #lookbook #ootd #mensfashion #styleformen #moda #magazine #blogger #bloggerstyle #fashionpost #shades #essentials #vsco #instagram #model #editorial #photoshot #jessegallardom #ecuador #outfit #guayaquil #men #quito #kicks #adidasoriginals	Marca		Sí					Sí					Sí				Sí
8	25 de mayo	👗MCH TRENDY NIGHT👗 Este 3 de junio Machala se convierte en una plataforma para la moda nacional @mch.trendynight junto a la Miss Universo para trabajar por los niños de la ciudad, y tu también puedes ser parte. Adquiera tu entrada ahora y apoya está causal @carlosallaica #menstyle #menswear #style #fashion #lookbook #ootd #mensfashion #styleformen #moda #beard #blogger #bloggerstyle #fashionpost #actor #model #vsco #instagram #editorial #photoshot #jessegallardom #ecuador #outfit #guayaquil #men #quito #desfile #machala #missecuador #missuniverse	Marca		Sí						Sí				Sí				Sí
9	29 de mayo	👟RUNWAY LOOK👟 Mi look para @runwaybymodalab no podía ser de otro diseñador más que del grande @dannarias.ec con unos zapatos @adidasoriginals para completar el outfit perfecto @carlosallaica #menstyle #menswear #streetstyle #style #fashion #lookbook #ootd #mensfashion #styleformen #moda #beard #blogger #bloggerstyle #fashionpost #actor #model #vsco #instagram #editorial #photoshot #jessegallardom #ecuador #outfit #guayaquil #men #quito #madeinecuador #hechoenecuador	Marca		Sí			Sí							Sí				Sí

Gráfico 31: Ficha de análisis de imagen de publicaciones de Jesse Gallardo. Elaboración propia.

N°	Fecha publicación	Descripción	Tema	Imagen																
				Iluminación			Plano							Tipo de fotografía					Paleta de colores	
				Subexpuesta	Normal	Sobreexpuesta	General	Americano	Medio	Primer plano	Detalle	Selfie	Flatlay	Foodie	Lifestyle	Fashion	Beauty	Travel	Fríos	Cálidos
1	1 de mayo	✂ NUESTRO MES, NUEVOS OBJETIVOS ✂ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction	Marca		Sí		Sí									Sí			Sí	
2	1 de mayo	✂ SUNDAY LOOK ✂ Ok sorry sorry , look del lunes(por más lunes que parezcan domingo) #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction	Marca		Sí		Sí									Sí			Sí	
3	2 de mayo	✂ PERUVIAN FOOD ✂ Estos platos se ven deliciosos pero con la app para fotos de comida que tiene la cámara de mi #GalaxyA2017 se ven mucho mejor. @SamsungLatin #retoGalaxyA #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction	Marca		Sí						Sí	Sí								Sí
4	2 de mayo	✂ NATURE... What a wonderful choice ✂ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction	Personal		Sí		Sí							Sí					Sí	
5	4 de mayo	✂ SUNSHINE ✂ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction	Personal		Sí		Sí							Sí					Sí	
6	4 de mayo	✂ ¿ EXCUSE ME ? ✂ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction	Marca		Sí		Sí									Sí			Sí	
7	7 de mayo	✂ FZZIOZA ON THE STREET ✂ @jean_luigi #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction	Personal		Sí			Sí								Sí			Sí	
8	8 de mayo	✂ FELIZ SEMANA ✂ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction	Personal		Sí		Sí									Sí			Sí	
9	8 de mayo	Me encanta fotografiar mi comida y a ti? Participa en el reto foodie de #GalaxyA2017 @samsunglatin. Para participar dale click al link que está en mi bio. #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction	Marca		Sí				Sí						Sí				Sí	
10	9 de mayo	✂ VANS ADDICT ✂ Gracias por la invitación y por mis nuevos Vans. Nos vemos en @Geekdomex para el lanzamiento de Vans x Nintendo. @vans #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction	Marca		Sí							Sí				Sí			Sí	
11	14 de mayo	✂ THE WEEKEND IS OVER ✂ Feliz nueva semana @jean_luigi #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction	Personal		Sí			Sí								Sí			Sí	
12	15 de mayo	✂ GASOLINA PARA EL CUERPO ✂ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction	Personal		Sí							Sí			Sí				Sí	
13	16 de mayo	✂ IN TO THE BLUE ✂ inspo @nachouve ☺ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction	Marca		Sí		Sí								Sí				Sí	
14	17 de mayo	✂ Adivinen cuantos de estos platos me comi yo? ✂ fzzioza#fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction	Personal		Sí							Sí	Sí							Sí
15	17 de mayo	✂ GAME OVER ✂ @jean_luigi #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetweats #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction	Personal		Sí		Sí									Sí			Sí	

16	19 de mayo	<p>✕ AGÜITA DE COCO ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	Sí							Sí	Sí				Sí		
17	19 de mayo	<p>✕ TENGO UNA PEQUEÑA OBSESION CON LA ROPA NEGRA ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Marca	Sí		Sí						Sí				Sí		
18	20 de mayo	<p>✕ TICK TOCK ✕ New baby #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Marca	Sí						Sí		Sí				Sí		
19	20 de mayo	<p>✕ MATCHI MATCHI ✕ Amo las rayas en exceso... se nota? #matchimatchi #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Marca	Sí		Sí						Sí				Sí		
20	21 de mayo	<p>✕ MI DOMINGO RESUMIDO EN ESTA FOTO ✕ Puedo comer ceviche o cebiche (o cómo uds quieran escribirlo) todos los días. #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Marca	Sí						Sí	Sí						Sí	
21	21 de mayo	<p>✕ OMW TO THE TOP ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	Sí		Sí						Sí				Sí		
22	22 de mayo	<p>✕ CASI LISTO PARA NUESTRA NUEVA AVENTURA Y TÚ @fabriziocelleri? ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	Sí			Sí					Sí					Sí	
23	24 de mayo	<p>✕ TO NEW YORK ✕ fzioza #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	Sí						Sí						Sí	Sí	
24	24 de mayo	<p>✕ ON BROOKLYN ✕ #brooklyn #newyork #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	Sí		Sí						Sí				Sí		
25	25 de mayo	<p>✕ DIAS LLUVIOSOS ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	Sí						Sí						Sí	Sí	
26	25 de mayo	<p>✕ NEW YORK, YOU MAKE ME HAPPY ✕ @shoppersom #newyork #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Marca	Sí		Sí						Sí					Sí	
27	26 de mayo	<p>✕ GOOD FOOD, GOOD FRIENDS ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal	Sí						Sí	Sí						Sí	

28	26 de mayo	<p>✕ FLATIRON NYC ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal		Sí		Sí						Sí				Sí	
29	27 de mayo	<p>✕ MY VIEW #newyorkcity ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal		Sí		Sí										Sí	Sí
30	27 de mayo	<p>✕ O B&W ● ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal		Sí		Sí						Sí					Sí
31	28 de mayo	<p>✕ REI KAWAKUBO #MET ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal		Sí				Sí				Sí					Sí
32	29 de mayo	<p>✕ A LITTLE SMOKE ✕ #newyorkcity #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal		Sí				Sí					Sí				Sí
33	29 de mayo	<p>✕ TIME SQUARE #cliché ✕ @leosalazarf #newyork #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal		Sí		Sí							Sí				Sí
34	30 de mayo	<p>✕ DUMBO ✕ @leosalazarf #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal		Sí		Sí							Sí				Sí
35	31 de mayo	<p>✕ BRUNCH IS SERVED ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal		Sí				Sí	Sí								Sí
36	31 de mayo	<p>✕ I WAS CRAZY FOR YOU ✕ @leosalazarf #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal		Sí			Sí						Sí				Sí
37	31 de mayo	<p>✕ THE BIG CITY ✕ #fashionposts #fashionblog #fashionbloggers #menslook #menstyleguide #guylooks #guystyle #streetwears #streetstyle #streetlooks #style #stylish #mensfashion #stylegram #fashionablemen #postoftheday #lookday #vscocam #guyfashion #lookoftoday #bloggerinaction</p>	Personal		Sí					Sí			Sí					Sí

Gráfico 32: Ficha de análisis de imagen de publicaciones de Fabrizio Zambrano. Elaboración propia.



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Soria Galarza, Carla Alexandra**, con C.C: # **0950346106** autora del trabajo de titulación: **Análisis sobre los contenidos que publican los influenciadores en Instagram y su aporte a la construcción de su reputación online. Estudio del mes de mayo de 2017** previo a la obtención del título de **Licenciada en Comunicación Social** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 20 de septiembre de 2017

f. _____

Nombre: Soria Galarza, Carla Alexandra

C.C: 0950346106



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Análisis sobre los contenidos que publican los influenciadores en Instagram y su aporte a la construcción de su reputación online. Estudio del mes de mayo de 2017		
AUTOR(ES)	Carla Alexandra, Soria Galarza		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Sonia Margarita, Yáñez Blum		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación		
CARRERA:	Carrera de Comunicación Social		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciada en Comunicación Social		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	20 de septiembre de 2017	No. DE PÁGINAS:	136 páginas
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comunicación corporativa, instagram, influenciadores		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	influenciadores, instagram, reputación online, redes sociales, comunicación corporativa		

RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): Este proyecto tiene el propósito de analizar cómo los contenidos de las publicaciones que realizan influenciadores de la red social instagram en sus perfiles, aportan a la construcción de su reputación online. El estudio se llevó a cabo a través de las cuentas oficiales de personajes influyentes de la ciudad de Guayaquil, durante el mes de mayo de 2017.

Para la selección de los *influencers* –en inglés–, se hizo una investigación sobre aquellos que tienen mayor nivel de interacción en relación con el número de usuarios que los siguen. Los elegidos para la investigación son 3 hombres y 3 mujeres que figuran en un rango de 20 a 30 años y manejan la línea de estilo de vida, moda, belleza, viaje y gastronomía.

El análisis se realizó sobre los contenidos escritos y visuales de las publicaciones de sus perfiles, con el fin de conocer cómo se comunican con sus seguidores, y si estos parámetros son los que permiten mantener su imagen y credibilidad frente al público, es decir, mantener su reputación online. El estudio es de metodología mixta, por lo que la investigación conlleva un análisis cualitativo y cuantitativo.

Mediante los resultados obtenidos, se analiza que instagram es la red por excelencia utilizada por influenciadores para su labor comunicativo con marcas del país y la creación de un canal de interacción con su público. Asimismo, que la gestión que ellos realizan en sus redes influye en su reputación online.



ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-0990893541	E-mail: carlita.soria17@gmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Yánez Blum, Sonia Margarita	
	Teléfono: +593-0991923729	
	E-mail: soniayanezblum@gmail.com ; sonia.yanez01@cu.ucsg.edu.ec	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA		
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):		
Nº. DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		