



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

**FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURIDICA  
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

**SEMINARIO DE GRADUACION  
EL IMPACTO QUE TIENE EL USO DE LA RED SOCIAL INSTAGRAM COMO  
HERRAMIENTA DE PUBLICIDAD PARA EMPRENDEDORES  
UNIVERSITARIOS DE LA UNAN MANAGUA DURANTE EL PRIMER  
SEMESTRE DEL AÑO 2022**

Autores:

**Br. Ulises Antonio Bermudez Saravia**

**Br. Brayan Josué García Velásquez**

Tutor:

✓ **Msc. Milán Prado**

**Managua, Nicaragua 15/12/2022**

## Contenido

<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	7
<b>II. ANTECEDENTES</b> .....	8
<b>III. JUSTIFICACIÓN</b> .....	10
<b>IV. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	12
Caracterización.....	12
Delimitación.....	12
<b>Formulación</b> .....	13
<b>V. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	14
Objetivo General .....	14
Objetivos Específicos.....	14
<b>VI. MARCO TEÓRICO</b> .....	15
Redes Sociales.....	15
Tipos.....	15
Impacto de las redes sociales .....	16
Tipos de publicidad .....	17
Instagram.....	18
Tipos de publicidad en Instagram .....	18
Emprendedores.....	23
Cultura innovadora y emprendedora .....	24
Innovación.....	24
Cultura innovadora.....	24
Emprendimientos .....	24
<b>VII. DISEÑO METODOLÓGICO</b> .....	26
Tipo de estudio.....	26
Tipo de diseño .....	26
Área de estudio.....	27
Unidad de estudio.....	27
Universo y Muestra .....	27
Métodos y Técnicas de Recopilación de Datos.....	28
<b>VIII. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS</b> .....	31
<b>IX. COCLUSIONES</b> .....	37
<b>X. RECOMENDACIONES</b> .....	39

<b>XI. LISTA DE REFERENCIAS .....</b>	<b>41</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>45</b>
Instrumento para Entrevista .....	45
Entrevistas .....	48

## DEDICATORIA

*Primeramente doy gracias a Dios por haberme permitido culminar estos cinco años de estudios universitarios, por la salud, por cada una de las bendiciones en todos estos años y por guiar mi camino de manera correcta.*

*De igual manera, agradezco a mi pilar fundamental, mi madre **Santana Velásquez Hernández**, por todo el sacrificio que ha hecho por mí, por mis hermanas, por todo el apoyo incondicional. No me alcanzara la vida para agradecerle, prometiéndole que todas las bendiciones que venga de aquí en adelante, también, serán para ella.*

*Agradezco a mi hermana Lucia Velásquez, porque me impulso y ayudo a llegar hasta aquí. A cada una de las personas que han estado presente en mi vida y me han apoyado de una u otra manera: mi padrastro Luis Gutiérrez, mi tía Maritza Velásquez y mi papá Domingo García.*

*Por ultima, pero, no menos importante a mi pareja Alisson Rocha Rosales, por estar a mi lado, por todas sus palabras de aliento, por nunca haberme dejado caer y ser mi apoyo en todos estos años.*

*Infinitas gracias a todos....*

*Brayan Josué García Velásquez*

## **DEDICATORIA**

### **A Dios.**

El presente trabajo investigativo, primeramente se lo dedico a Dios, quién me otorgó la sabiduría necesaria y las fuerzas para continuar con este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

### **A mis padres.**

Le dedico este logro a mis padres, Ulises Antonio Bermudez Vado y Violeta del Carmen Saravia Torres, por su apoyo, amor y sacrificio en todos estos años, gracias a ellos logre llegar hasta donde estoy. Es un orgullo y un privilegio ser su hijo, son los mejores padres.

### **A mis amigos.**

Quienes siempre estuvieron para apoyarme y darme palabras de animo, y extenderme sus manos en todos los momentos difíciles por los que pasé, por ello les agradezco mucho.

*Ulises Antonio Bermudez Saravia*

## AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida.

Así también, quiero agradecer a mi abuela Martha Elena Torres, quién siempre esta al tanto de mi y es quien vela por mi salud. Agradezco desde lo más profundo de mi ser, a mi madre y a mi padre, quienes siempre me han alentado a seguir adelante y ser el mejor, y aunque no me sienta como tal, es suficiente para mí, ser su orgullo.

Agradezco a mis amistades que siempre estuvieron para ayudarme, aunque talvez no meramente en lo académico, pero por ellos muchas veces conseguí la tranquilidad y motivación necesaria para seguir formandome como profesional.

Agradezco a mi compañero Brayan Josue García, quién se encargó junto conmigo a la realización de esta investigación.

*Ulises Antonio Bermudez Saravia*

## I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la sociedad tiene una nueva forma de comunicarse, por medio, de las nuevas tecnologías, tal es el caso de las redes sociales, que han facilitado y cambiado la comunicación, el entretenimiento e incluso han abierto oportunidades de negocio a distintas personas, siempre y cuando se tenga acceso a una red de Internet o datos móviles se puede acceder por medio de los móviles que están creciendo rápidamente como primer dispositivo para acceder a las redes sociales.

Es importante estudiar y comprender el valor de las redes sociales en el diario vivir del hombre. En vista de ello, es pertinente centrarse en analizar la incidencia que tienen como medios de comunicación publicitarios para los nuevos emprendedores universitarios de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, que han visto una oportunidad de hacerse visibles por medio de estas redes y sacar el máximo provecho de ellas.

Son muchas las razones por las cuales los universitarios se ven en la necesidad o motivados a emprender, ya sea por subsistir, por financiar sus estudios y poder culminarlos, para apoyar a sus familias aportando a sus hogares. Pero, no solo basta en vender un producto, esto conlleva un trabajo que necesita invertir tiempo, dinero y sobre todo publicidad.

Los emprendedores hacen usos de las diferentes redes sociales o de las que se adapten según el concepto de su emprendimiento, esta investigación se enfoca en el uso de la red social Instagram, con el objetivo de demostrar el impacto que tiene como herramienta de publicidad para los nuevos emprendedores universitarios, durante el primer semestre del año 2022.

La red social Instagram se ha definido en los últimos años como una de las redes con mayor presencia en el ámbito digital. Una de las claves de su éxito pudiera estar en que se trata de una plataforma donde la publicidad no tiene un carácter muy intrusivo, dado que es el propio usuario el que decide si desea o no recibir publicidad. Es por ello que los emprendedores hoy en día se han inclinado a tener presencia en esta red social y beneficiarse de la publicidad que pueden generar.

## II. ANTECEDENTES

Se consultaron algunos antecedentes para indagar y consolidar la importancia que tiene esta investigación, el primero de ellos fue un trabajo de fin de grado para la obtención de título llamado “La Eficacia de la Publicidad en las Redes Sociales” realizado por Zlatinova F., (2020) en donde muestran que el dispositivo más usado por los usuarios para revisar sus redes sociales es el teléfono móvil, ya que les resulta más fácil y rápido seguir todas las novedades, el trabajo además muestra que Facebook es la red social en la que los usuarios han visto más publicidad y eso es algo normal ya que se trata de la red social más utilizada de todos los tiempos, seguida de Instagram y YouTube que también registran muchos usuarios y eso se refleja también en la cantidad de publicidad en ellas, de hecho, en el estudio IAB (2019), Facebook es la red social que cuenta con 56% de los anunciantes. Este trabajo concluye que los usuarios han visto demasiada publicidad en las redes sociales, que esta debería ser corta, precisa y más atractiva, por lo tanto, se puede ofrecer una publicidad que interese y no moleste a los usuarios mostrando los intereses de estos, con 32% de los usuarios se ha decantado por ropa, calzado o complementos, el 31% de las personas han comprado billetes de avión, tren, barco o alquiler de coches, el 29% de los consumidores han reservado estancias en hoteles o casas rurales.

Otro de los documentos consultados es la Revista de Investigación e Innovación “Redes Sociales como Medio de Comunicación Publicitaria por Emprendedores en la Ciudad de Babahoyo, período Marzo – Mayo, 2020” de Becilla García L., Umanante Torres, J. y Rodríguez Ponce F., (2020) dejando claro que además de ser un medio de comunicación y entretenimiento, las redes sociales son canales publicitarios factibles e importantes para los emprendedores. Sobre todo, en tiempos de pandemia, donde los establecimientos tuvieron que cerrar sus puertas y no atender a clientes de manera presencial. Gracias al manejo de las redes sociales, pudieron continuar con sus emprendimientos. Un aspecto importante de esta investigación es que los emprendedores manejan las redes sociales para promocionar su local y mostrar los productos o servicios que ofrecen, otro aspecto favorable que ofrecen estos medios de comunicación es su fácil acceso y manejo de las redes sociales al momento de subir contenidos publicitarios, porque permite todo tipo de imagen, texto o video y hacerlo llegar de manera inmediata a los internautas.

Como último antecedente se consultó el trabajo de fin de grado para la obtención de título llamado “El Uso de Instagram en los Medios de Comunicación Deportivos” de Panal., A. (2017) en el cual realiza un análisis de esta red social como herramienta de publicidad por los medio de comunicación deportivos Bleacher Report, L'equipe y Marca, obteniendo como resultado que Instagram es una de las redes sociales que más crece y que es capaz de generar tantas o más interacciones sociales que Facebook, experimentando un alto crecimiento en cuanto a usuarios y actividad. Mostrando que los medios deportivos están a la vanguardia del uso de las nuevas tecnologías, las cuentas de Instagram de medio deportivos están en el ranking de las cuentas periodísticas más seguidas, entre los medios analizados en este trabajo es Bleacher Report quien es el que más interacciones sociales, en comentarios, “Me gusta”, y reproducciones genera. Estos medios cuidan el diseño, edición de vídeos y fotografías de sus publicaciones. Lo cual puede ser de mucha referencia para los nuevos emprendedores que buscan una alternativa de publicidad que este a su alcance, con una red social en donde las redacciones son cortas y la calidad de los fotografías tomadas por los teléfonos es cada vez más parecida a la de las cámaras profesionales, es una gran oportunidad de crecimiento y visibilidad en el mercado para los nuevos emprendimientos usando las herramientas que ofrece la misma aplicación como son los hashtags, el emprendedor al subir una fotografía puede etiquetarla (“tag”) con una almohadilla (“hash”), así, si otro usuario realiza una búsqueda con dicha almohadilla para buscar información sobre determinado tema podrá dar con el contenido de los productos que ofrece dicho emprendedor.

### III. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad se podría pensar que la falta de empleo, el aumento de los precios en general, tiende a que las personas utilicen las redes sociales como herramienta de publicidad para promover la venta de distintos productos, siendo este un punto clave que se tomó como referente para la realización de esta investigación que pretende aportar conocimientos a futuros investigadores que estudien el funcionamiento de las redes sociales en el ámbito de la publicidad y el aprovechamiento que pueden obtener los nuevos negocios o empresas ya establecidas.

En base a esto, se decidió focalizar la atención en Instagram, ya que se posiciona actualmente como la red social más visual, líder en contenido de imágenes y fotografías. Por esa razón usar esta red social como herramienta de publicidad ha sido la principal estrategia tomada por los propietarios y administradores de emprendimientos para llegar a su clientela, con el propósito de demostrar de forma rápida y eficaz los diferentes productos, servicios y promociones que ofrecen.

Los cuatros pilares esenciales que los emprendedores deben tener en cuenta al momento de comenzar a usar Instagram como herramienta de publicidad son: entretener, vender, educar e interactuar. Seleccionando una audiencia meta y un mensaje claro e invitador, en un contexto digital cada vez más competitivo se hace necesario dominar técnicas/herramientas que permitan sacarle el máximo provecho a su presencia en las redes sociales.

Todo emprendimiento necesita publicitarse, es por ello que las redes sociales son canales esenciales para el crecimiento y desarrollo de emprendimientos. Hacerlo por los medios tradicionales como la televisión, radio o periódico conlleva un gasto elevado, muchas veces los emprendedores no cuentan con las posibilidades monetarias de darse a conocer y pagar un espacio en estos medios. Además, las redes sociales facilitan la obtención de datos para aquel interesado sobre una persona o emprendimiento, esto se logra por medio del perfil.

Si los emprendimientos logran triunfar a través de la publicidad que ofrece Instagram o cualquier otra red social, se podría catalogar como un éxito a nivel personal para los dueños (emprendedores), esto aportará al desarrollo humano de su entorno personal y familiar. Estas nuevas tecnologías de comunicación han traído una nueva forma de vivir, las redes sociales

nos ayudan a entender el orden social, además proveen al ser humano de un espacio de apoyo, donde se integra y se adapta a los procesos y prácticas sociales.

Se puede observar que esta investigación se apega a varias líneas de investigación que tiene la carrera de Comunicación para el Desarrollo, como lo son Comunicación para el Desarrollo Humano, Planificación de la Comunicación en el tema de la publicidad y por ultimo a la línea de Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en el tema de redes sociales.

## **IV. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### Caracterización

Instagram actualmente es considerada una herramienta que ha servido a muchos negocios como alternativa publicitaria que ayuda a posicionar e impulsar las ventas. A raíz de los altos costos para contratar algún servicio de publicidad, usar las redes sociales se ha convertido en una de las opciones más viables, destacando Instagram debido a sus características que enfatizan lo visual convirtiéndola en una excelente opción.

### Delimitación

Nicaragua es un país donde sus habitantes hacen lo necesario para subsistir y a falta de un puesto en una empresa o un trabajo informal como tal; aparecen los emprendimientos como una alternativa para contar con una fuente de ingresos y una de las maneras más accesibles en las que actualmente es posible publicitar estas iniciativas de negocios, está en las redes sociales como: Facebook, Instagram y Tik Tok. Entre las redes sociales antes mencionadas, una que destaca por su diseño donde las imágenes son el principal elemento a destacar, es Instagram.

Esta característica de Instagram permite que tanto a emprendedores, PYMES, y grandes empresas, tengan la posibilidad de dar a conocer un producto o servicio de manera visual; considerando que una gran parte de la sociedad cuentan con dispositivos móviles o laptops, es posible llegar a posibles consumidores, o bien, colaboradores.

En la UNAN-Managua (Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua) muchos de sus estudiantes cuentan con emprendimientos o ideas para empezar uno, pero no se atreven a desarrollarlos por temor a invertir en algo que no podría dar resultados, o bien, los que intentan desarrollarlo, pero no consiguen llegar a su público meta por no saber cómo publicitar de manera correcta sus emprendimientos.

## **Formulación**

- A partir de la caracterización y delimitación del problema antes expuesto, se plantea la siguiente pregunta principal del presente estudio:

¿Cuál es el impacto que tiene el uso de la red social Instagram, como herramienta de publicidad para emprendedores universitarios de la UNAN-Managua durante el periodo del primer semestre del año 2022?

Y como preguntas de sistematización a esta investigación se agregan las siguientes:

1. ¿Cuáles son los beneficios que ofrece la red social Instagram, como herramienta de publicidad para emprendedores universitarios durante el periodo del primer semestre del año 2022?
2. ¿Cuál es la importancia de usar la red social Instagram como herramienta de publicidad para sus productos o servicios durante el periodo del primer semestre del año 2022?

## V. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

### Objetivo General

- Analizar el impacto que tiene el uso de la red social Instagram, como herramienta de publicidad para emprendedores universitarios de la UNAN-Managua durante el periodo del primer semestre del año 2022.

### Objetivos Específicos

- Identificar los beneficios que ofrece la red social Instagram, como herramienta de publicidad para emprendedores universitarios durante el periodo del primer semestre del año 2022.
- Valorar el uso de la red social Instagram como herramienta de publicidad para sus productos o servicios durante el periodo del primer semestre del año 2022.

## VI. MARCO TEÓRICO

### Redes Sociales

Una red social está compuesta por personas o entidades que se conectan a partir de algoritmos que vincula contenido de interés común. Según Celaya (2008), la definición de redes sociales es que son espacio en Internet donde los usuarios publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos.

Las redes sociales están presentes en la vida cotidiana de las personas, pero el ocio no es la única razón para su uso; sino que, para usuarios emprendedores, contar con presencia en las plataformas digitales da como resultado un amplio alcance y un aumento de oportunidades en los diferentes mercados. Las personas utilizan las redes sociales como espacios de socialización y búsqueda de contenidos interesantes. Por eso, los emprendedores deben entender el rol de cada red social, y conocer en profundidad cómo hablan sus clientes potenciales en ellas; es importante entender sus gustos, sus hobbies, su lenguaje y hasta los momentos más activos del día.

### Tipos

Cada una de las redes sociales existentes cuenta con características únicas y especiales que las hacen diferenciarse una de otras. Según Celaya (2008), existen tres clasificaciones principales de redes sociales:

- Redes profesionales
- Redes generalistas
- Redes especializadas

En resumen, las redes sociales profesionales son aquellas que tienen como fin, crear relaciones profesionales (Como LinkedIn), las redes sociales especializadas (como TripAdvisor) van dirigidas a un público específico y las generalistas (donde el caso más conocido es Facebook, Instagram y Twitter), cuyos propósitos, al menos en sus inicios, era conectar personas.

Aquellas redes sociales que generalmente se utilizan para fines publicitarios, son las generalistas; puesto que son las de mayor uso y, por tanto, las que representan mayores oportunidades para llegar al target de X emprendimiento.

#### Impacto de las redes sociales

Las redes sociales pueden estimular fácilmente a las personas a realizar alguna acción tanto dentro de las plataformas como fuera de ellas. Celaya (2008), plantea que el impacto de las redes sociales, en parte, reside de la cantidad de usuarios que cada vez es más frecuente a usar estas plataformas, como YouTube, Instagram, los blogs y redes sociales.

En la actualidad es posible notar la dependencia que tiene el ser humano con las redes sociales, y de cierto modo ha sido posible sacarle provecho. Las redes sociales se han convertido en una parte esencial en los días de la humanidad, en una rutina, y por supuesto no tiene por qué ser totalmente malo; ya que desde las plataformas es posible iniciar con proyectos económicos como lo serían los emprendimientos.

#### Publicidad

La publicidad son estrategias con el fin de dar a conocer productos y servicios a la sociedad. Según García (2011) define la publicidad de la siguiente manera: “La publicidad sólo utiliza la información que motiva, que induce al público a adquirir el producto que satisfaga su necesidad. El destinatario de la publicidad es el consumidor (en especial el comprador) que adquiere los productos para satisfacer sus necesidades” (p.35).

Por otro lado, Kotler y Armstrong (2013) expresan que la publicidad es cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.

La publicidad representa un elemento importante para los emprendedores, debido a que sus ideas de negocios, necesitan un empuje en lo que a reconocimiento respecta.

## Tipos de publicidad

Los diferentes tipos de publicidad son el resultado de múltiples clasificaciones que permiten establecer el alcance. O'Guinn, Allen y Semenik (1999), consideran que algunos de los tipos básicos de publicidad se basan en metas útiles, es decir, en lo que el anunciante trata de lograr. Estas metas son:

- a) Estimulación de la demanda primaria: Consiste en que el anunciante trata de crear demanda para una categoría de producto en general. En su forma pura, el propósito de este tipo de publicidad es educar a los compradores potenciales en cuanto a los valores fundamentales del tipo de producto, en lugar de destacar una marca específica dentro de la categoría del producto.
- b) Estimulación de la demanda selectiva: Su propósito es señalar los beneficios particulares de una marca en comparación con las de la competencia.
- c) Publicidad de respuesta directa: Es un tipo de publicidad que solicita al receptor del mensaje actuar de inmediato. Por ejemplo, los anuncios en televisión que tratan de estimular a los receptores a que compren un determinado producto a un precio especial o con un buen descuento que solo durará hasta la medianoche.
- d) Publicidad de respuesta retardada: En lugar de buscar el estímulo de la acción inmediata del público, la publicidad de respuesta retardada busca crear el reconocimiento y la aprobación de una marca a lo largo del tiempo. Por lo general, la publicidad de respuesta retardada trata de generar el conocimiento de la marca, refuerza los beneficios de su uso y establece un gusto general por la marca.
- e) Publicidad empresarial: No se diseña para promover una marca específica, sino que funciona para establecer una actitud favorable hacia una compañía como un todo, por ejemplo, Xerox e IBM.

La red social Instagram se ha definido en los últimos años como una de las redes con mayor presencia en el ámbito digital. Una de las claves de su éxito pudiera estar en que se trata de una plataforma donde la publicidad no tiene un carácter muy intrusivo, dado que es el propio usuario el que decide si desea o no recibir publicidad. Es por ello que los emprendedores hoy en día se han inclinado a tener presencia en esta red social y beneficiarse de la publicidad que pueden generar.

## Instagram

Una red social popular entre los jóvenes que permite compartir fotografías de manera fácil y de búsqueda rápida, según Trecebits (2018), Instagram es una aplicación gratuita que sirve para compartir fotos y aplicarles diferentes filtros. El nombre de esta Red Social surge de la combinación de dos conceptos: las fotografías instantáneas y los telegramas escritos. Su historia comenzó en San Francisco, en poco tiempo, los esfuerzos realizados por Kevin Systrom y Mike Krieger en el proyecto de fotografía móvil 2010 se han convertido en una de las redes sociales más populares del mundo. Unos años más tarde, en 2012, Facebook adquirió Instagram por mil millones de dólares. Más allá de las definiciones puntuales, gracias a la mecánica simple de difusión de imágenes que predomina en la interfaz de la plataforma; Instagram representa una herramienta conveniente y eficaz para publicitarse en Internet.

### Tipos de publicidad en Instagram

Las características con las que cuenta la red social Instagram permiten una dinamización en la construcción del contenido, estas características son los filtros, el hashtag, likes, comentarios, menciones, localización, videos, así también es posible vincularse con otras aplicaciones.

Los filtros son elementos del software que cambian la apariencia de la imagen captada por la cámara, alterando las sombras y colores de los píxeles, así como elementos prediseñados. (Colorado, 2014)

Bakhshi, Shamma, Kennedy y Gilbert (2015), investigadores de Yahoo Labs y Georgia Tech han comprobado que editar las fotos y ponerles filtros hace que tengan mejor acogida en las redes sociales. El estudio *Why We Filter Our Photos and How It Impacts Engagement*, concluyó que los usuarios reaccionan con mayor número de comentarios y de likes en aquellas fotografías retocadas. Sin embargo, no todos los filtros tienen el mismo éxito.

Según estos investigadores, utilizar el filtro correcto puede aumentar un 21% las posibilidades de que la foto sea vista y un 45% el número de comentarios.

Al Hashtag, lo podemos definir con una etiqueta de datos con el fin de que el elemento que sea marcado con dicha etiqueta se pueda identificar de una forma rápida. A nivel informático, explica el profesor Pujante (2015): El funcionamiento del hashtag es sencillo: abre un canal temático específico para la comunicación entre usuarios, una ventana que permite ser espectador de cada mensaje que incluya esos caracteres concretos. De este modo, se potencia una relación dinámica entre interlocutores remotos, creando un vínculo de unión incluso entre quienes nunca se habían comunicado con anterioridad.

Algunos elementos que se pueden añadir como características de Instagram, y que a la vez juegan un papel importante en su labor como herramienta publicitaria son el like, los comentarios, la arroba y la ubicación; que según Madrigal (2015) define cada una.

Del inglés, gustar, en las redes sociales Facebook e Instagram se traduce como “me gusta”. Se considera una forma de hacer ver a un usuario que el contenido que éste publica es de tu agrado, sin necesidad de dejar un comentario. El número de likes que recibe una publicación aparece debajo de ésta. (p. 24)

“Los comentarios aparecen debajo de la publicación, con la opción de expandirse o contraerse a modo de pestaña cuando existen más de tres comentarios. Los usuarios pueden comentar mencionando a otros usuarios incluyendo hashstags e incluso emojis”. (p. 25)

Por otro lado, las menciones están pensada para que el usuario pueda dirigirse a otro usuario en alguna de las publicaciones. Al igual que en otras redes sociales como Facebook o Twitter, Instagram utiliza la arroba (@) seguido del nombre del usuario a nombrar. De esta manera, al mencionarlo, éste recibirá una notificación en su perfil pudiendo ver la publicación en la cual ha sido mencionado. (p. 25)

Instagram también ofrece la posibilidad de geolocalizar cada fotografía, permite ver donde se han tomado las fotos o explorar donde otros han tomado fotos en un mapa. El mapa se puede modificar en cualquier momento y modificar la configuración si no se desea el servicio. (p. 25)

Los videos también pueden generar un gran impacto en lo que respecta a las redes sociales. Ooyala publicó un informe sobre el índice global del consumo de video (2014). En él se

revela que el 25% de la actividad de vídeo online tiene lugar desde los dispositivos móviles, lo que significa un aumento del 400% en comparación con los datos de hace dos años.

### Crea un perfil de empresa

No es lo mismo crear un perfil personal que una tienda en línea, según Genanian (2022) se pueden aprovechar otras herramientas y funcionalidades, como estadísticas, anuncios, compras, información de contacto y un botón de llamada a la acción en tu perfil. Para un perfil empresarial se deben definir los objetivos, mantener el perfil del emprendimiento actualizado y optimizado; tener una imagen de acorde al emprendimiento, mantenerse activo, subir stories con frecuencia, utilizar pies de fotos y aprovechar al máximo la función de ecommerce.



## ¿Cómo usar Instagram?

El procedimiento para publicar foto, videos o reels es muy sencillo: el usuario toma una foto o graba un video desde su móvil, le puede aplicar un filtro o retoques fotográfico (esto depende de la publicación o gusto del emprendedor), la comparte con su comunidad y puede elegir si la publicación la hace temporalmente o la fija en su muro.

Además, Instagram ofrece otras secciones que se pueden aprovechar al máximo para crear publicidad en esta plataforma: el feed, guías, etiquetas, menciones, hashtagss y ubicación para los diferentes formatos, stories, carrusel, video, imagen, reels, boomerang y rewind.



## Ventajas que ofrece Instagram

Una vez que se conoce el origen de esta aplicación, es hora de demostrar las ventajas que ofrece para potenciar una marca, empresa o emprendimiento, según Lavagna (2022) el 40% de las personas responden mejor ante una información visual que un simple texto, las fotografías y videos son el contenido que consigue mejor respuesta en las redes sociales, sumándole a este dato, la plataforma tiene más de 1000 mil millones de usuarios registrados y es una plataforma donde se hace fácil conseguir visibilidad

- Es una plataforma importante para la transformación digital de los emprendimientos.
- Aumenta la visibilidad de los negocios.
- Crea engagement con los usuarios.
- Muestra el lado humano de tu negocio.
- Genera tráfico de marca a la página web.
- Amplia difusión.
- Segmentación avanzada.
- Herramientas analíticas.

Las estadísticas de Instagram facilita información valiosa sobre tu comunidad: sexo, edad, localización, te proporciona cuales son las mejores horas para hacer tus publicaciones, toda esta información se encuentra en los insights de Instagram.



## Emprendedores

Los emprendedores son personas que buscan un cambio, buscan oportunidades independientes de desarrollo, Jennings (citando a Schumpeter, 1994), expresa que los emprendedores son personas capaces de combinar los factores de producción existentes y obtener los mejores resultados, es decir, innovar creando nuevos productos y servicios.

El emprendimiento es una de las características que determina el crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económicos de una región o un país, es el mejor camino para crecer y desarrollarse económicamente, es por ello que Mejía (2010) define el emprendimiento como la creación de un negocio o negocios con el objetivo de generar ganancias mediante la correcta ejecución de ideas, es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite iniciar nuevos retos o nuevos proyectos para sobrevivir.

## Cultura innovadora y emprendedora

### Innovación

La innovación es un proceso que mejora, elementos, estrategias o ideas existentes para causar un impacto en el mercado. Según la definición que propone la OCDE (1990) en el Manual de Frascati se trata de la transformación de una idea en un producto o un servicio comercializable, un procedimiento de fabricación o distribución operativo, nuevo o mejorado, o un nuevo método para proporcionar un servicio social.

Este elemento juega un papel importante en lo que son los emprendimientos, debido al extenso mercado que se ha creado a causa de lo significativamente funcional que es tener un emprendimiento de determinado producto o servicio y encontrar formas de trabajo creativo que plasme en los clientes, algo que no ve en los demás negocios, aunque sean del mismo rubro.

### Cultura innovadora

La cultura de innovación son acciones que promueven la creatividad dentro de una empresa. Bóveda, Oviedo y Yakusis (2015) definen la cultura innovadora como un factor clave para el desarrollo económico, definitivamente una cultura emprendedora e innovadora junto con una organización socialmente responsable son las bases más sólidas para el desarrollo de una nación.

### Emprendimientos

Los emprendimientos en la actualidad se refieren a una nueva empresa o proyecto que inicia una persona o grupo de personas. Jennings (citando a Schumpeter, 1994), dice que los emprendedores son personas capaces de combinar los factores de producción existentes y obtener los mejores resultados, es decir, innovar con ellos.

El emprendimiento es una de las características que determina el crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económicos de una región o un país, es el

mejor camino para crecer y desarrollarse económicamente, es por ello que Mejía (2010) define el emprendimiento como la creación de un negocio o negocios con el objetivo de generar ganancias mediante la correcta ejecución de ideas, es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite iniciar nuevos retos o nuevos proyectos para sobrevivir.

Los emprendimientos son una de las variantes de estudio de esta investigación, y es importante contextualizar este término para manejar el objeto de estudio del presente documento.

## PYMES

Fomentan la competencia y el emprendedurismo, por lo tanto, crean externalidades en eficiencia, innovación y crecimiento agregado de la productividad. Martínez & Arreola (2017) expresan que las PYMES son las pequeñas y medianas empresas, que no cuentan con más de 250 trabajadores en total, no cuentan con muchos recursos económicos, ni tecnológicos. Estas son empresas muy flexibles y ágiles en trámites, así como en las decisiones que se toman.

## VII. DISEÑO METODOLÓGICO

El Diseño Metodológico o Marco Metodológico es la descripción del tipo de estudio, diseño, selección de la población, la muestra, enfoque investigativo tomando en cuenta las técnicas de recolección y los instrumentos a utilizar, entre otros aspectos que se deben abordar, así pues, Zapata (2013) afirma que: “El diseño metodológico consiste en el conjunto más o menos coherente y razonable de técnicas y procedimientos cuyo propósito fundamental apunta a implementar procesos de recolección, clasificación y validación de datos y experiencias provenientes de la realidad, y a partir de los cuales puede construirse el conocimiento científico” (parr. No. 1).

### Tipo de estudio

El tipo de enfoque que tendrá esta investigación es de tipo cualitativo, de acuerdo Hernández, Fernández y Baptista (2014) la meta del enfoque cualitativo es obtener información de las personas y conocer el punto de vista del sujeto.

El tipo de investigación es descriptiva, según Shuttleworth (2008) asegura que: “El diseño de investigación descriptiva es un método científico que implica observar y describir el comportamiento de un sujeto sin influir sobre él de ninguna manera”. (Parr. No. 1)

### Tipo de diseño

Es un estudio no experimental debido a que no se manipulara ninguna variable, como el proceso de recolección de datos es durante el primer semestre del año lectivo 2022. El tipo de diseño investigativo es transversal, según Hernández, Fernández y Baptista (2010) afirman los diseños transaccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población por lo cual el propósito de este diseño es describir las variables, el estudio solo recolectará y analizará los datos en un período de tiempo específico, por lo que es considerado un tipo transversal.

## Área de estudio

El presente estudio se realizó en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, en la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas.

## Unidad de estudio

El impacto que tiene el uso de la red social Instagram, como herramienta de publicidad para emprendedores universitarios de la UNAN-Managua, durante el primer semestre del año 2022.

## Universo y Muestra

El estudio se realizó a estudiantes de la cohorte de la carrera de Comunicación para el Desarrollo que está conformada por una matrícula de 350 estudiantes en los turnos matutino y vespertino, distribuidos en nueve grupos desde primer a quinto año en el período 2022. La muestra seleccionada fueron 4 estudiantes que tienen emprendimientos y usan Instagram como herramienta de publicidad.

N°	Entrevistado	Carrera	Emprendimiento
1	Karen Iveth Cortez Castilla.	Comunicación para el Desarrollo	(Kitsune_regalos)
2	Tatiana Verónica Salgado.	Comunicación para el Desarrollo	(Starnou_pulseras)
3	Elsa Virginia García López.	Comunicación para el Desarrollo	(Mantis Store)
4	Ramón Armengol Junior Román Castillo.	Comunicación para el Desarrollo	(Mantis Store)

El Tipo de Muestreo utilizado fue por conveniencia, tomando en cuenta que es una población con las mismas características (estudiantes) y se decidió aplicar la entrevista a todo el total del universo por considerarse pequeño. Al respecto Creswell (2008) afirma que es un procedimiento del método cuantitativo en el que el investigador selecciona a los participantes

que comparten las mismas características y que están dispuestos y disponibles para ser estudiados.

#### Métodos y Técnicas de Recopilación de Datos

En la técnica de recolección de datos se aplicó 4 entrevistas a estudiantes de la universidad, los cuales, son emprendedores y utilizan Instagram como herramienta de publicidad. De acuerdo a Zapata (2013), la entrevista es una técnica estructurada para recopilar información mediante una conversación en la cual, se obtiene información acerca del tema que se investiga, además por ser una muestra o universo pequeño.

## Operacionalización de variables

Analizar el impacto que tiene el uso de la red social Instagram, como herramienta de publicidad para emprendedores universitarios de la UNAN-Managua durante el periodo del primer semestre del año 2022.

Objetivos específicos	Conceptualización de variables de investigación	Indicador en # o % de aspectos a recopilar	Instrumento a aplicar
Identificar los beneficios que ofrece la red social Instagram como herramienta de publicidad para emprendedores universitaria durante el periodo del primer semestre del año 2022.	Una red social popular entre los jóvenes que permite compartir fotografías de manera fácil y de búsqueda rápida, según Trecebits (2018), Instagram es una aplicación gratuita que sirve para compartir fotos y aplicarles diferentes filtros. El nombre de esta Red Social surge de la combinación de dos conceptos: las fotografías instantáneas y los telegramas escritos.	# de estudiantes emprendedores entrevistados de la carrera de comunicación para el desarrollo.	Entrevista
Valorar el uso de la red social Instagram como herramienta de publicidad para sus productos o servicios durante el periodo del primer semestre del año 2022.	“La publicidad sólo utiliza la información que motiva, que induce al público a adquirir el producto que satisfaga su necesidad. El destinatario de la publicidad es el consumidor (en especial el comprador) que adquiere los productos para	# de estudiantes emprendedores entrevistados de la carrera de comunicación para el desarrollo.	Entrevista

	satisfacer sus necesidades” (García, 2011) (p.35).		
--	---	--	--

## VIII. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Una vez aplicado el instrumento de recolección de información a los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua en UNAN-Managua en el recinto universitario Rubén Darío se procedió al tratamiento de la información para conocer la opinión de los estudiantes tomando como referencia los objetivos planteados en esta investigación.

<b>ENTREVISTA REFELEXIONES A FONDO</b>		
N°	Informante	
		El impacto que tiene el uso de la red social Instagram, como herramienta de publicidad para emprendedores universitarios de la UNAN-Managua durante el periodo del primer semestre del año 2022.
1	Karen Iveth Cortez Castilla.	“Para mi emprendimiento le va bien, ya que hemos sido muy conocidos gracias a esta aplicación, lo calificó como un impacto positivo, que día a día va creciendo y la publicidad va mejorando.”
2	Tatiana Verónica Salgado.	“Instagram en lo personal ha sido muy clave porque es la aplicación que me ha dado alcance a más persona y creo que es una de las redes sociales que más se está usando hoy en día para hacer publicidad, más que Facebook, a mi parecer Instagram es la mejor red social.” “Bueno si me dijeran de uno al diez lo calificaría un ocho, porque desde que tengo la página al principio solo tenía personas cercanas que me apoyan, pero con el pasar del tiempo se han venido sumando más personas”
3	Elsa Virginia García López.	“El impacto ha sido bastante positivo y superior a otras redes sociales como, por ejemplo, Facebook, si hacemos la comparación entre la página de Instagram y la página de Facebook, tenemos mucha más interacción en Instagram, todo esto traduce muchísimo en ventas”
4	Ramón Armengol Junior Román Castillo.	“Desde que utilizamos Instagram, nuestra marca ha crecido enormemente, porque hemos realizado estrategias de contenido enfocadas para esta plataforma, y el resultado de esto lo vemos en el aumento de nuestras ventas, sino que hemos creado una comunidad en la red social.”

Los entrevistados concuerdan que en la actualidad Instagram es la red social más usada por los usuarios, por este motivo deciden utilizar y publicitarse en esta red, al contar con millones de usuarios los emprendedores tienen mayor posibilidad de que su publicidad sea vista y tener una interacción más cercana con sus potenciales clientes. Celaya (2008), plantea que el impacto de las redes sociales, en parte, reside de la cantidad de usuarios que cada vez es más frecuente a usar estas plataformas, como YouTube, Instagram, los blogs y redes sociales.

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTA

N°	Informante	Beneficios que ofrece la red social Instagram, como herramienta de publicidad para emprendedores universitarios durante el periodo del primer semestre del año 2022.
1	Karen Iveth Cortez Castilla	<p>“Puedo hacer más publicaciones creativas en Instagram.”</p> <p>“Además de ser una aplicación o herramienta que se puede utilizar fácilmente y con la experiencia se va mejorando su utilización.”</p> <p>“Es una herramienta que nos da a conocer con nuestros posibles clientes, porque sin publicidad como conocerían nuestro producto, sería un poco más difícil poder vender.”</p>
2	Tatiana Verónica Salgado	<p>“Número uno por que es donde tengo más contacto y seguidores, y número dos por que es la mejor red social para alcanzar más personas para el emprendimiento que yo tengo.”</p>
3	Elsa Virginia García López	<p>“Instagram es una muy buena herramienta para la publicidad y venta de los productos, tiene una muy buena distribución de los anuncios dirigido a un público meta, ya sea de forma pagada o sin invertir dinero en ello. Instagram tiene una muy buena cantidad de personas que pueden tener las condiciones económicas que puedan propiciar una compra y te permite realizar publicaciones más atractivas a través de los elementos de edición que trae esta plataforma.”</p> <p>“Utilizo Instagram porque tienen muchísimas herramientas para las tiendas y negocios que quieren publicitar sus productos y que, al mismo tiempo al tener un sistema de mensajería, aparte de hacer publicidad,</p>

		permite efectuar y procesar las distintas compras y ventas directamente con los clientes.”
4	Ramón Armengol Junior Román Castillo	<p>“En primer lugar, las redes sociales son gratuitas, por lo que no nos generarían un alto costo”</p> <p>“Hay demasiada gente conectada, así que uno puede llegar a esas personas que podrían interesarse en nuestro negocio, además de que la plataforma de Instagram ofrece múltiples características de medición, de contenido, para editar tus fotos, y algo súper importante, poder crear una conexión con el cliente, crear una comunidad.”</p> <p>“También por medio de Instagram puedo conectar de una forma más cercana con el cliente, y las personas; no solamente ofreciéndoles un catálogo de productos, sino también información que sea de valor y sea beneficiosa para ellos.”</p>

Instagram se puede usar de manera fácil y gratuita, la aplicación fue creada para dotar de herramientas creativas a los creadores de contenido en este caso los emprendedores que faciliten la creación y difusión de imágenes y videos, que ayuden a la publicidad de sus negocios o productos. Colorado (2014) dice que las características con las que cuenta la red social Instagram permiten una dinamización en la construcción del contenido, estas características son los filtros, el hashtag, likes, comentarios, menciones, localización, videos, así también es posible vincularse con otras aplicaciones.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTA		
N°	Informante	Uso de la red social Instagram como herramienta de publicidad para sus productos o servicios durante el periodo del primer semestre del año 2022.
1	Karen Iveth Cortez Castilla.	<p>“Es una buena idea, porque actualmente es una de las Apps que más se utilizan y en donde se puede hacer publicidad de manera fácil.”</p> <p>“Simplemente uno tiene que saber cómo manejarla, porque si uno no le da seguimiento a la página obviamente no vas alcanzar a más persona y te vas a quedar estancado, eso va depender siempre del emprendedor o de la persona que maneje la red social, a mi parecer si les recomendaría Instagram y también saberlo usar.”</p>
2	Tatiana Verónica Salgado.	<p>“Las redes sociales te abren puertas y te amplía a otro público de otros departamentos o de la misma ciudad que vos no conoce, pero que sabes que tu emprendimiento está dando alcance.”</p>
3	Elsa Virginia García López.	<p>“Utilizar las redes sociales para publicidad en el sentido que puedes obtener publicidad gratuita, es muchísimo más convenientes que con los medios tradicionales, porque cuando pagas publicidad en algunas redes sociales, puedes establecer los parámetros exactos”</p>
4	Ramón Armengol Junior Román Castillo.	<p>“Se recomienda que se use Instagram, e igual, otras redes sociales, porque son un arma súper importante, y súper beneficiosas para poder llegar a ese público con el que esperamos poder aumentar nuestras ventas, así</p>

		como hacer crecer nuestra empresa que es el objetivo principal.” “Hoy en día Instagram es una plataforma súper utilizada por la mayoría de personas alrededor del mundo, así que utilizarla es súper beneficioso.”
--	--	---

El mejor uso que los emprendedores dan a esta red es la publicidad gratuita que pueden generar, según García (2011) define la publicidad de la siguiente manera: La publicidad sólo utiliza la información que motiva, que induce al público a adquirir el producto que satisfaga su necesidad. El destinatario de la publicidad es el consumidor (en especial el comprador) que adquiere los productos para satisfacer sus necesidades. Las personas utilizan las redes sociales como espacios de socialización y búsqueda de contenidos interesantes. Por eso, los emprendedores deben entender el rol de cada red social, conocer en profundidad cómo hablan sus clientes potenciales en ellas; es importante entender sus gustos, sus hobbies, su lenguaje y hasta los momentos más activos del día.

## IX. COCLUSIONES

1. Instagram representa una gran oportunidad de crear una posición y una imagen dentro de un determinado mercado que se podría trabajar con un emprendimiento; y esto representa un factor importante en el crecimiento de estas ideas. Los estudiantes por medio de esta plataforma, les resulta posible poder expandir sus emprendimientos, aprovechando la popularidad que ha ganado Instagram en la actualidad, así como las diferentes características que la componen, destacando el enfoque visual que la simboliza, permitiendo generar interacciones y convertirse en una posible oportunidad de generar ingresos, sin invertir sumas extraordinarias en la publicidad que ofrecen los medios tradicionales.
2. La plataforma visual por excelencia, aparte de otorgarle las herramientas necesarias para la creación de contenido a los emprendedores, también cuenta con un sin número de usuarios, los cuales a través del algoritmo con el que funciona Instagram, darán en algún momento con el perfil del emprendimiento. Los emprendedores de la UNAN-Managua aclaran que con la publicidad que logran a través de Instagram sus ventas se ven beneficiadas, gracias al trabajo que estos realizan en la red social, complementado con la atención e interacción con los clientes que puede realizarse en la misma.  

Se sabe que Instagram es una aplicación que se puede descargar totalmente gratis, y hacer publicidad dentro de ella no tiene ningún costo. La red social pone a disposición las herramientas necesarias para realizar un catálogo de productos, crear y editar videos cortos, para registrar una imagen de presentación, hasta permite la interacción del emprendedor con cliente; sin duda alguna, es la plataforma por excelencia para los emprendedores y que los estudiantes de la UNAN-Managua que cuentan con un emprendimiento la aprovechan para la difusión de sus negocios.
3. Por último, los estudiantes de la UNAN-Managua por medio de sus emprendimientos, pueden empezar a generar ingresos para apoyarse en los gastos relacionados a su formación profesional que es una de las razones por la cual deciden adentrarse a este mundo que sabiendo perseverar, innovando, aprovechar al máximo cada una de las

oportunidades y aprendiendo de las experiencias de la mano con una aplicación que les puede facilitar el tema de la publicidad, pueden lograr sus objetivos.

## **X. RECOMENDACIONES**

### **Recomendación según el trabajo realizado**

Según el presente documento, es de suma importancia conocer el grado de impacto que tiene el uso de Instagram como herramienta de publicidad, puesto que el uso de redes sociales ha tenido una evolución que siempre favorece el desarrollo humano, no solamente son plataformas para el ocio y socializar, sino, que también cumplen con la función de difundir un mensaje con el fin de expandir la presencia de una entidad como emprendimientos o negocios, por medio de la publicidad sin invertir cantidades exorbitantes de dinero.

### **Dirigida a la universidad**

En la UNAN-Managua, que cuenta con la carrera de Comunicación para el desarrollo, así como marketing y otras a las que se les podría atribuir el aprovechamiento de las plataformas digitales para distribuir un mensaje, es importante destacar que como tal Instagram es una herramienta que puede ser un complemento importante en la enseñanza practica para los estudiantes; haciendo uso de las diferentes herramientas y opciones con las que cuenta esta aplicación, es posible plasmar diferentes tipos de procesos que se adquieren en el proceso de formación profesional.

### **Recomendación de carácter académico**

La Investigación del uso de la red social Instagram como herramienta de publicidad para estudiantes emprendedores universitarios de la UNAN-Managua, dio camino a una múltiple base de información en cuanto a marketing digital se refiere, factor que se encuentra presente en algunas de las carreras profesionales que oferta la UNAN-Managua. Esta investigación es importante ya que plasma las bases y ejemplifica como publicitar un emprendimiento, cosa que muchos estudiantes de esta alma mater tienen en ejecución con el fin de sustentar gastos, así como para tener una fuente de ingresos de forma independiente.

Según GCF Global (s.f.) para crear una publicación dirigida al Feed de Instagram se debe hacer lo siguiente:

1. Desde tu perfil, pulsa el símbolo más (+).
2. Se desplegará un menú de opciones. Allí, oprime Publicación.
3. Elige la imagen que quieres compartir con tus seguidores y pulsa Siguiente. Puedes elegir varias al mismo tiempo.
4. Si lo deseas, elige un filtro para cambiar el aspecto de tu imagen. Solo tienes que tocar el que más te guste.
5. También, puedes pulsar el ícono de los dos círculos, ubicado en la esquina inferior izquierda del recuadro de imagen, para abrir el menú de herramientas que te permiten cambiar la apariencia de la misma.
6. Puedes realizar ajustes de: brillo, contraste, enfoque, alineación, entre otros. Cuando tengas listos tus ajustes, pulsa el botón Siguiente.
7. Escribe el texto o descripción que acompañará tu imagen y, si lo deseas, agrega hashtags.
8. Si tienes asociadas tus cuentas de Facebook, Twitter o Tumblr a tu Instagram, puedes activar la opción de compartir la publicación en estas cuentas y, que de esta manera, se publiquen al mismo tiempo.
9. Para finalizar, pulsa Compartir.

## XI. LISTA DE REFERENCIAS

Antevenio (2018). Nuevas tendencias en Instagram para 2019. Recuperado el 10 de enero de 2020 de: <https://www.antevenio.com>

Bakhshi, S., Shamma, D., Kennedy, L. Y Gilbert, E.(2015) Why We Filter Our Photos and How It Impacts Engagement. Disponible en: <https://labs.yahoo.com>

Becilla García L., Umanante Torres J y Rodríguez Ponce F. (2020). Redes Sociales como Medio de Comunicación Publicitaria por Emprendedores en la Ciudad de Babahoyo, período Marzo – Mayo 2020. *Magazine de las Ciencias Revista de Investigación e innovación*, Vol. 5, 370-388. <https://revistas.utb.edu.ec>

Becilla García L., Umanante Torres J y Rodríguez Ponce F. (2020). Redes Sociales como Medio de Comunicación Publicitaria por Emprendedores en la Ciudad de Babahoyo, período Marzo – Mayo 2020. *Magazine de las Ciencias Revista de Investigación e innovación*, Vol. 5. (), 370-388. <https://revistas.utb.edu.ec/>

Bóveda J., Oviedo A., Yakusis A. (2015). *Manual de Emprendedorismo*. Proyecto INCUNA JICA.

Caerols, M., Tapia, A. Y Carretero, A (2013). Instagram, la imagen como soporte de discurso comunicativo participado. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 124, 68-78.

Celaya, J. (2008). *La Empresa en la WEB 2.0*. Editorial Grupo Planeta, España.

Colorado, O. (2014) Filtros y efectos: ¿trampa fotográfica o recurso expresivo? Disponible en: <http://oscarenfotos.com>

Escobar, J. y Jiménez, I. (2011). Grupos Focales: Una Guía Conceptual y Metodológica. *Cuadernos Hispanoamericanos de Psicología*. Vol 9 (Nº 1), pp.51-67.  
<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx>

García, M. (2011). *Las claves de la publicidad*. Barcelona, España: Editorial Esic.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. <https://www.uca.ac.cr>

Herrera, F (2104) ¿Qué es y Cómo Generar Engagement en Redes Sociales? Disponible en:  
<http://marketingenredessociales.com>

Hootsuite (2019). Publicidad en Facebook: la guía completa. Recuperado el 10 de noviembre de 2019 de: <https://blog.hootsuite.com>

Jennings, D., (1994). *Multiple Perspectives of Entrepreneurship*, Cincinnati, Ohio, South-western Pub.

Kirilova Zlatinova, F. (2020). *La Eficacia de la Publicidad en las Redes Sociales*. [ Tesis de Fin de Grado, Universidad Politécnica de Cartagena]. Repositorio Digital de la Universidad Politécnica de Cartagena. <https://repositorio.upct.es>

Kirilova Zlatinova, F. (2020). *La Eficacia de la Publicidad en las Redes Sociales*. [ Tesis de Fin de Grado, Universidad Politécnica de Cartagena]. Repositorio Digital de la Universidad Politécnica de Cartagena. <https://repositorio.upct.es>

Kotler, P. Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing* (6ta. Edición). Prentice Hall, p. 470.

Madrigal, C. (2015). *Instagram como herramienta de comunicación publicitaria: el caso de made with lof* [Trabajo de fin de grado, Universidad de Sevilla]. idUS. <https://idus.us.es>

Martínez J., Rivera R. (2017). “*De la teoría a la práctica: Las pymes como herramienta en la economía de México y en la creación de empleos*”, Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales. En línea: <http://www.eumed.net>

MO, N. Marcos, M.C (2014). User Engagement en la web: estrategias de implementación y métricas de seguimiento. No Solo Usabilidad, 13.

OCDE, & Eurostat. (2006). Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data (Third ed.). Oslo: OCDE Eurostat.

Ooyala (2014). Índice global del consumo de video T1 2014. Disponible en: <http://go.ooyala.com>

Panal Prior, A. (2017). *El Uso de Instagram en los Medios de Comunicación Deportivos*. [Trabajo de fin de grado, Universidad de Sevilla]. Depósito de Investigación Universidad de Sevilla. <http://hdl.handle.net>

Pujante, J.A. (2015). La realidad en un #hashtag. Disponible en: <http://www.aecpa.es>

Shuttleworth, M. (26 de septiembre, 2008). Diseño de investigación descriptiva. *Explorable Think Outside The Box*. <https://explorable.com>

S. A. (S. F.). ¿Cómo hacer publicaciones en el feed de Instagram?. GCF Global. <https://edu.gcfglobal.org/>

Stanton, W. Etzel, K. (2017). *Fundamentos del Marketing* (13va. Edición). Mc Graw Hill, 622 – 623.

Zapata, S. (16 de Mayo, 2013). ¿Cómo Redactar la Metodología o Diseño Metodológico?. *Seminario Monográfico*. <http://seminariomonografico.blogspot.com>

## **Anexos**

### Instrumento para Entrevista



### **Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas**

#### **“Comunicación para el Desarrollo”**

El objetivo de la siguiente entrevista es para la recolección de información sobre el impacto del uso de la Red Social Instagram como Herramienta de Publicidad para Emprendedores Universitarios de la Unan Managua durante el primer semestre del año 2022, en donde se tratara de conocer como los emprendedores de esta universidad aprovechan la publicidad gratuita que ofrece Instagram para publicitar cada uno de sus productos o servicios de manera fácil.

#### **(Formato de entrevista para los emprendedores)**

##### **Tipo de entrevista**

Entrevista cualitativa informativa de tipo singular

##### **Forma de comunicación**

La presentación de las preguntas a los entrevistados es de carácter oral y en línea.

##### **Medio de comunicación en la entrevista**

La entrevista se realizará a dos personas de manera personal y a otras tres por medio de celular

##### **Nombre de los entrevistados**

Karen Iveth Cortez Castilla.

Tatiana Verónica Salgado.

Elsa Virginia García López.

Ramón Armengol Junior Román Castillo.

Emilio José Cuadra Vargas.

### **Nombre de quienes aplicaron la entrevista**

- ✓ Brayan Josué García Velásquez
- ✓ Ulises Antonio Bermudez Saravia

**Lugar de la entrevista:** Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, recinto universitario Rubén Darío, pabellón 13 aula 1301.

**Fecha:** 26 de septiembre 2022

**Duración de la entrevista:** 30 minutos

**Estilo de la comunicación:** los alumnos se mostraron amables y felices de compartir sus experiencias como emprendedores, contestaron de manera segura cada una de las preguntas que se realizaron, accedieron sin ningún problema a tomar fotos del momento que se realizó la entrevista e igual compartieron fotos de sus emprendimientos, aunque el tiempo y la coordinación de horario hizo que se complicara un poco la fecha de la entrevista.

**Temas a tratar:** a) Conocer las motivaciones que los llevaron a emprender. b) La publicidad que realizan en sus emprendimientos. c) El aprovechamiento de las características de Instagram como medio de publicidad.

### **Pregunta de apertura**

1. ¿Qué te motivo a emprender?

### **Introdutoria**

2. Para los emprendedores, ¿Cuál es la importancia de la publicidad?

### **De transición**

3. ¿Por qué crees que usar las redes sociales es una buena idea de publicitarse?
4. ¿Qué opinas de usar Instagram como herramienta de publicidad?

### **De contenido**

5. ¿Por qué usas Instagram para publicitar tu emprendimiento?
6. Desde que usas Instagram ¿Cómo calificarías el impacto que ha tenido tu emprendimiento en los clientes?

**De cierre**

7. ¿Recomendarías a otros emprendedores usar Instagram como medio de publicidad?

**¡Muchas Gracias!**

Entrevistas



## **Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas**

### **“Comunicación para el Desarrollo”**

El objetivo de la siguiente entrevista es para la recolección de información sobre el impacto del uso de la Red Social Instagram como Herramienta de Publicidad para Emprendedores Universitarios de la Unan Managua durante el primer semestre del año 2022, en donde se tratara de conocer como los emprendedores de esta universidad aprovechan la publicidad gratuita que ofrece Instagram para publicitar cada uno de sus productos o servicios de manera fácil.

**(Formato de entrevista para los emprendedores)**

#### **Tipo de entrevista**

Entrevista cualitativa informativa de tipo singular

#### **Forma de comunicación**

La presentación de las preguntas a los entrevistados son de carácter oral y en línea.

#### **Medio de comunicación en la entrevista**

La entrevista se realizara a dos personas de manera personal y a otras tres por medio de celular

#### **Nombre de los entrevistados**

Karen Iveth Cortez Castilla.

Tatiana Verónica Salgado.

Elsa Virginia García López.

Ramón Armengol Junior Román Castillo.

**Nombre de quienes aplicaron la entrevista**

- ✓ Brayan Josué García Velásquez
- ✓ Ulises Antonio Bermudez Saravia

**Lugar de la entrevista:** Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, recinto universitario Rubén Darío, pabellón 13 aula 1301.

**Fecha:** 26 de septiembre 2022

**Duración de la entrevista:** 30 minutos

**Estilo de la comunicación:** los alumnos se mostraron amables y felices de compartir sus experiencias como emprendedores, contestaron de manera segura cada una de las preguntas que se realizaron, accedieron sin ningún problemas a tomar fotos del momento que se realizó la entrevista e igual compartieron fotos de sus emprendimientos, aunque el tiempo y la coordinación de horario hizo que se complicara un poco la fecha de la entrevista.

**Participante 1:** Karen Iveth Cortez Castilla

**Emprendimiento:** (Kitsune\_regalos)

1. ¿Qué te motivo a emprender?  
Bueno principalmente me motivo la falta de dinero, para independizarme y poder pagar mis estudios universitarios que son muy importantes para mí.
2. Para los emprendedores, ¿Cuál es la importancia de la publicidad?  
Creo que es una herramienta que nos da a conocer con nuestros posibles clientes, porque sin publicidad como conocerían nuestro producto, sería un poco más difícil poder vender.
3. ¿Por qué crees que usar las redes sociales es una buena idea de publicitarse?  
Porque son herramientas que utiliza mayormente la población, se podría decir que es lo que está de moda entre los jóvenes y es la mejor forma de poder llegar a ellos.
4. ¿Qué opinas de usar Instagram como herramienta de publicidad?

Es una buena idea, porque actualmente es una de las Apps que más se utilizan y en donde se puede hacer publicidad de manera fácil.

5. ¿Por qué usas Instagram para publicitar tu emprendimiento?

Como te dije anteriormente, creo que Facebook ya lo están dejando atrás y puedo hacer más publicaciones creativas en Instagram.

6. Desde que usas Instagram, ¿Cómo calificarías el impacto que ha tenido tu emprendimiento en los clientes?

Para mi emprendimiento (Kitsune\_regalos) le va bien, ya que hemos sido muy conocidos gracias a esta aplicación, lo calificó como un impacto positivo, que día a día va creciendo y la publicidad va mejorando.

7. ¿Recomendarías a otros emprendedores usar Instagram como herramienta de publicidad?

Claro que sí, además de ser una aplicación o herramienta que se puede utilizar fácilmente y con la experiencia se va mejorando su utilización.

**Participante 2:** Tatiana Verónica Salgado.

**Emprendimiento:** (Starnou\_pulseras)

1. ¿Qué te motivo a emprender?

Creo que una de las cosas es por tener un ingreso más, aparte de mi trabajo, esa fue una de las motivaciones, porque creo que tener un ingreso de más siempre es bueno.

2. Para los emprendedores, ¿Cuál es la importancia de la publicidad?

Creo que la importancia sería el poder abarcar más personas con nuestro emprendimiento, no solo es llegar a las personas que uno conoce, si no, verdaderamente poder alcanzar a otras personas a través de las redes sociales.

3. ¿Por qué crees que usar las redes sociales es una buena idea de publicitarse?

Por que como decía no solo lo haces para un punto encerrado en tu círculo, si no, hacerlo con otras personas, ya que las redes sociales te abren puertas y te amplía a otro público de otros departamentos o de la misma ciudad que vos no conoce, pero que sabes que tu emprendimiento está dando alcance.

4. ¿Qué opinas de usar Instagram como herramienta de publicidad?

Instagram en lo personal ha sido muy clave porque es la aplicación que me ha dado alcance a más persona y creo que es una de las redes sociales que más se está usando hoy en día para hacer publicidad, más que Facebook, a mi parecer Instagram es la mejor red social.

5. ¿Por qué usas Instagram para publicitar tu emprendimiento?

La uso número uno por que es donde tengo más contacto y seguidores, y número dos por que es la mejor red social para alcanzar más personas para el emprendimiento que yo tengo.

6. Desde que usas Instagram, ¿Cómo calificarías el impacto que ha tenido tu emprendimiento en los clientes?

Bueno si me dijeran de uno al diez lo calificaría un ocho, porque, en la medida que tengo la página al principio solo tenía personas cercanas que me apoyan, pero con el pasar del tiempo se han venido sumando más personas, así que le daría un ocho, porque, la página de mi emprendimiento en verdad ha crecido.

7. ¿Recomendarías a otros emprendedores usar Instagram como herramienta de publicidad? Si, simplemente uno tiene que saber cómo manejarla, porque si uno no le da seguimiento a la página obviamente no vas alcanzar a más persona y te vas a quedar estancado, eso ve depender siempre del emprendedor o de la persona que maneje la red social, a mi parecer si les recomendaría Instagram y también saberlo usar.

**Participante 3:** Elsa Virginia García López.

**Emprendimiento:** (Mantis Store)

1. ¿Qué te motivo a emprender?

Me motivo a emprender el deseo de poder tener un negocio propio, generar mis propias ganancias y tener un control sobre lo que voy a realizar, y no trabajar en una empresa donde haya alguien encima de mí que pueda ocasionar algún tipo de explotación o maltrato, más que todo por el deseo de hacer algo por mí mismo y verlo florecer.

2. Para los emprendedores, ¿Cuál es la importancia de la publicidad?

La importancia de la publicidad para los emprendedores es bastante grande, porque de esta manera das a conocer los productos que estas ofreciendo de la manera que te parezca más conveniente, entonces, la publicidad es muy importante más que todo para la divulgación de los productos o servicios que uno pueda ofrecer y los beneficios que van a adquirir los clientes a través de ello.

3. ¿Por qué crees que usar las redes sociales es una buena idea de publicitarse?

Las redes sociales son una oportunidad bastante grande de tener publicidad sin necesidad de estar pagando, como en los medios tradicionales, como en la radio, televisión, o incluso periódico o revistas donde uno tiene que pagar montos altos para poder publicitar tus productos, las redes sociales te ofrecen poder hacerlo de manera gratuita y con un mejor y mayor alcance.

Utilizar las redes sociales para publicidad en el sentido que puedes obtener publicidad gratuita, es muchísimo más convenientes que con los medios tradicionales, porque cuando pagas publicidad en algunas redes sociales, puedes establecer los parámetros exactos, sobre tu público meta y a quienes quieres llegar, y sabes que tienes asegurado que a estas personas les llegará tu publicidad, mientras que en los medios tradicionales es más amplio y solamente quien esté sentado frente a la tele, será quién mire el anuncio. Otro factor negativo de los medios tradicionales es el costo.

4. ¿Qué opinas de usar Instagram como herramienta de publicidad?

Instagram es una muy buena herramienta para la publicidad y venta de los productos. Al utilizar los mismos algoritmos de Facebook, tiene una muy buena distribución de los anuncios dirigido a un público meta, ya sea de forma pagada o sin invertir dinero en ello, mediante historias. Instagram tiene una muy buena cantidad de personas que pueden tener las condiciones económicas que puedan propiciar una compra y te permite realizar publicaciones más atractivas a través de los elementos de edición que trae esta plataforma.

5. ¿Por qué usas Instagram para publicitar tu emprendimiento?

En mi caso, yo utilizo Instagram porque tienen muchísimas herramientas para las tiendas y negocios que quieren publicitar sus productos, y que al mismo tiempo al tener un sistema de mensajería, aparte de hacer publicidad, permite efectuar y procesar las distintas compras y ventas directamente con los clientes.

6. Desde que usas Instagram, ¿Cómo calificarías el impacto que ha tenido tu emprendimiento en los clientes?

El impacto ha sido bastante positivo y superior a otras redes sociales como por ejemplo, Facebook, si hacemos la comparación entre la página de Instagram y la página de Facebook, tenemos mucho más interacción en Instagram. La tienda es de ropa y accesorios femeninos de estilos coreanos y otros, entonces eso se acerca muchísimo a las personas que utilizan la aplicación de Instagram, que son jóvenes que gustan de este tipo de ropa y siguen estas tendencias. Todo esto traduce muchísimo en ventas, utilizando el sistema de mensajería, los comentarios, catálogos, publicaciones, etc.

7. ¿Recomendarías a otros emprendedores usar Instagram como herramienta de publicidad?

Recomiendo muchísimo a los emprendedores que aprovechen Instagram para realizar sus páginas y ocuparlo como un catálogo en línea, siempre teniendo cuidado con la interacción directa con los clientes y procurando hacer publicaciones llamativas; de esa manera puede generar un crecimiento un poco más acelerado sobre sus emprendimientos.

**Participante 4:** Ramón Armengol Junior Román Castillo.

**Emprendimiento:** (Mantis Store)

1. ¿Qué te motivo a emprender?

Decidí emprender porque no quería depender de otra persona, quería crear algo nuevo, una marca nueva, propia; para poder desarrollarla y hacerla crecer, tanto de forma laboral como personal porque eso me ha permitido poder desarrollar ciertas habilidades para poder manejar un emprendimiento.

2. Para los emprendedores, ¿Cuál es la importancia de la publicidad?

La publicidad es de gran importancia y una pieza clave en cualquier emprendimiento porque gracias a estas uno puede dar a conocer la marca, productos y servicios que este ofrece, llegando a cada una de las personas o mercado objetivo y que al final estos puedan convertirse en clientes.

3. ¿Por qué crees que usar las redes sociales es una buena idea de publicitarse?

En primer lugar, las redes sociales son gratuitas, por lo que no nos generarían un alto costo, en caso de que nosotros queramos invertir un poco en publicidad pagada, o sino, simplemente no generaría algún gasto económico; por otro lado, hay demasiada gente conectada a las redes sociales, así que utilizándolas como una herramienta de difusión podríamos llegar a un amplio público, una mayor cantidad de personas, en poco tiempo.

4. ¿Qué opinas de usar Instagram como herramienta de publicidad?

Hoy en día Instagram es una plataforma súper utilizada por la mayoría de personas alrededor del mundo, así que utilizarla es súper beneficioso. Hay demasiada gente conectada, así que uno puede llegar a esas personas que podrían interesarse en nuestro negocio, además de que la plataforma de Instagram ofrece múltiples características de medición, de contenido, para editar tus fotos, y algo súper importante, poder crear una conexión con el cliente, crear una comunidad.

5. ¿Por qué usas Instagram para publicitar tu emprendimiento?

En mi emprendimiento utilizo Instagram porque mi cliente potencial está en esta plataforma, entonces yo voy a aprovechar esto para llegar a cada uno de ellos. También por medio de Instagram puedo conectar de una forma más cercana con el cliente, y las personas; no solamente ofreciéndoles un catálogo de productos, sino también información que sea de valor y sea beneficiosa para ellos.

6. Desde que usas Instagram, ¿Cómo calificarías el impacto que ha tenido tu emprendimiento en los clientes?

Desde que utilizamos Instagram, nuestra marca ha crecido enormemente, porque hemos realizado estrategias de contenido enfocadas para esta plataforma, y el resultado de esto lo vemos en el aumento de nuestras ventas, sino que hemos creado una comunidad en la red social.

7. ¿Recomendarías a otros emprendedores usar Instagram como herramienta de publicidad?

Se recomienda que se use Instagram, e igual, otras redes sociales, porque son un arma súper importante, y súper beneficiosas para poder llegar a ese público con el que esperamos poder aumentar nuestras ventas, así como hacer crecer nuestra empresa que es el objetivo principal. Las redes sociales son primordiales y van de la mano en caso de que tengamos un emprendimiento, y no solamente esto, sino también para quienes ofrezcan un producto o un servicio.









