

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA

UNAN-Managua

Recinto Universitario Rubén Darío

Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas

Departamento de Ciencias de la Información y la Comunicación



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

**Monografía para optar al título de Licenciatura de Comunicación para el
Desarrollo**

Tema: Estrategias de comunicación digital y posicionamiento para el emprendimiento de Mars Artist Nicaragua a través de la red social Instagram durante el segundo semestre de 2023

Autor:

Br. Jostin Antonio Delgado Sandino

Tutor:

Mtr. Anibal Aleman Pineda

Miércoles 13 de diciembre de 2023

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| Dedicatoria..... | 3 |
| Agradecimientos | 4 |
| Resumen..... | 5 |
| I. Introducción..... | 6 |
| II. Antecedentes | 7 |
| III. Justificación..... | 9 |
| IV. Planteamiento del problema..... | 11 |
| V. Objetivos | 13 |
| VI. Marco Teórico | 14 |
| 6.1. Comunicación digital..... | 14 |
| 6.2. Estrategias de comunicación digital..... | 18 |
| 6.3. Marketing Digital..... | 22 |
| 6.4. Red social Instagram..... | 26 |
| 6.5. Posicionamiento..... | 29 |
| 6.6. Emprendimiento..... | 30 |
| VII. Diseño Metodológico | 3 |
| VII. Análisis de Resultados | 42 |
| IX. Conclusiones..... | 67 |
| X. Recomendaciones..... | 68 |
| XI. Estrategia de Comunicación Digital | 69 |
| XII. Referencias | 74 |
| XIII. Anexos | 77 |

Dedicatoria

Esta investigación monográfica va dedicada a mi mamá Melida Sandino, por toda su lucha, esfuerzo y apoyo durante toda mi vida, por estar conmigo en cada momento de educación inicial hasta mi formación profesional, de igual manera a mi abuelo Raúl Delgado Guerrero, quien ha sido un padre para mí, por todos sus consejos y apoyo para seguir adelante, esta tesis va dedicada a ti hasta el cielo.

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por todas sus bendiciones que me ha permitido ir creciendo en educación y en gracia ante sus ojos, por todos los milagros concedidos durante toda mi formación académica, a mis padres por su apoyo y aliento para no retroceder, a mi tutor por su ayuda e instrucciones para realizar un excelente trabajo monográfico, a mi novia Hilary Watson por estar conmigo en cada momento, apoyándome y alentándome a no rendirme, en ser mi lugar de apoyo durante los momentos difíciles y buenos, a su familia por ser mi segundo hogar, mi segunda familia, a los docentes del departamento de Ciencias de la Información y la Comunicación, por su ayuda inigualable para mi formación profesional, a la maestra MaríaJosé Aburto por su enseñanza y aprecio hacia mi persona, ahora que forma parte del claustro docente del departamento, a mi hermano y amigos por apoyarme en estar conmigo en cada momento, a la familia de mi papá por estar conmigo y darme una mano en cada cosa que necesitaba, igualmente a la familia de mi mamá, a mis padrinos que son mis otros padres, por apoyarme y acompañarme en cada momento de mi vida, por último y no menos importante a mi abuelo quien era una persona ejemplar para mí, gracias por todo abuelito, y abrazo y unbeso para ti hasta el cielo.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA



DIRECCIÓN
DE CIENCIAS
SOCIALES Y
JURÍDICAS
UNAN - MANAGUA

Departamento de Ciencias de la Información y la Comunicación
"Año 2024: Universidad Gratuita y de Calidad para Seguir en Victorias"

CONSTANCIA DEL TUTOR

La Monografía es el resultado de un proceso académico investigativo llevado a cabo por estudiantes como forma de culminación de estudios. El propósito es resolver un problema vinculando la teoría con la práctica, potenciando las capacidades, habilidades y destrezas investigativas, y contribuye a la formación del profesional que demanda el desarrollo económico, político y social del país. (Art.13 del reglamento de régimen académico estudiantil. Modalidades de graduación).

Por tanto, hago constar que el trabajo de *"Estrategias de comunicación digital y posicionamiento para el emprendimiento de Mars Artist Nicaragua a través de la red social Instagram durante el segundo semestre de 2023"*, cumple con los requisitos académicos requeridos para una Monografía, y ha sido presentado, defendido y corregido a satisfacción del tutor, con lo cual está optando al título de Licenciado en Comunicación para el Desarrollo.

El autor de este estudio es el Bachiller: Jostin Antonio Delgado Sandino; quien, durante la ejecución de esta investigación, demostró responsabilidad, ética y conocimiento sobre la temática. Así mismo, este estudio aporta una estrategia de comunicación para emprendedores, por tanto, será de mucha utilidad para el cumplimiento de las políticas públicas que promueve el estado de Nicaragua, como parte de la dignificación de las familias nicaragüenses.

Atentamente,

Anibal Alemán
Msc. Anibal Joel Alemán López
Docente

Departamento de Ciencias de la Información y la Comunicación

CC: Archivo

¡A la libertad por la Universidad!

Rotonda Universitaria Rigoberto López Pérez, 150 metros al Este, Recinto Universitario "Rubén Darío"
Cod. Postal 663 - Managua, Nicaragua | Telf.: 22786769 /64 Ext. 5223/5156



Resumen

Emprender es importante actualmente para ser líderes, ser innovadores para aportar y desarrollar la economía de Nicaragua, y es importante tener presente analizar cómo tiene en este caso Mars Artist Nicaragua su emprendimiento posicionado en Instagram, y utilizando correctamente las distintas herramientas que este ofrece.

Esta investigación aborda bases teóricas para poder desarrollar correctamente un emprendimiento desde la red social Instagram, un análisis con una muestra de su total de seguidores, para visualizar como está posicionada y desempeñada correctamente esta red social, y al encontrar debilidades, realizar una estrategia de comunicación digital para fortalecer este emprendimiento, y lograr expandirse por distintas partes del país.

Uno de los resultados significativos de esta investigación es en relación al posicionamiento del emprendimiento Mars Artist Nicaragua, ya que el 87.5% tiene preferencia por este emprendimiento. Uno de los atributos para que el emprendimiento este posicionada es la calidad, puesto que los encuestados afirmaron con un 42.5% que realizan compras por la calidad del producto.

Asimismo, esta investigación servirá para los emprendedores, puesto que este trabajo tiene las bases para realizar un análisis de su público meta, el producto a ofrecer, y la forma de comunicación para posicionarse desde la red o varias social medias para divulgarse y vender sus productos, de igual manera se brinda información de las instituciones que el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN) de Nicaragua apoya a los emprendedores, para tener una forma efectiva de divulgación y desarrollo en el mercado nacional.

Finalmente, este trabajo monográfico, será de mucha utilidad como referencia al momento de diseñar proyectos de emprendimiento, en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua).

I. Introducción

La presente investigación, denominada Estrategias de comunicación digital y posicionamiento para el emprendimiento de Mars Artist Nicaragua a través de la red social Instagram durante el segundo semestre de 2023, será un soporte que mida y demuestre el impacto que tienen las herramientas digitales que facilitan que el Marketing Digital sea totalmente eficaz, para lograr posicionar las marcas. Teniendo como objetivo impulsar al emprendimiento a desarrollarse y posicionarse en las plataformas, así mismo, ser modelo para otros emprendimientos.

Esta investigación tiene la siguiente estructura teórica: Comunicación digital, sus estrategias, características, también se menciona el marketing digital como una base teórica para fortalecer la variable antes mencionada, el posicionamiento, el emprendimiento y las políticas públicas de los emprendimientos en Nicaragua, con el propósito de fundamentar las variables que tiene este tema.

Instagram, es una herramienta y medio importante para crear contenido creativo. No todos saben aprovechar cada una de estas funciones, por eso, es importante profundizar acerca del tema, para aplicar perfectamente distintas estrategias de comunicación digital, de igual forma, obtener aliados que nos ayuden a seguir creciendo y obtener una buena reputación para el emprendimiento, obteniendo apoyo gubernamental a través del Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA).

Se puede definir a las estrategias de comunicación digital y posicionamiento como los desarrollos tecnológicos que configuran nuevas formas de construcción de los mensajes, en medio de un ambiente comunicativo caracterizado por la sobreoferta de contenidos (Arango Forero, 2013).

Finalmente, este trabajo tiene un enfoque mixto, mediante un diseño de carácter descriptivo. Su objetivo es describir a través de un estudio no experimental, por medio de la tabulación y análisis estadístico de los datos para medir el impacto de la red social Instagram en el emprendimiento Mars Artist Nicaragua.

II. Antecedentes

Se consultó trabajos monográficos, ensayos y artículos científicos relacionados con Estrategias comunicación digital y posicionamiento, que abordan respecto a lo antes mencionado, por el cual son necesarios retomarlos para dar fundamento teórico a la investigación y poder destacar cada estrategia de comunicación digital y posicionamiento, entre las investigaciones se encuentran los siguientes antecedentes para consolidar el fenómeno de estudio de la presente tesis de investigación.

La primera investigación, tiene como título “Estrategias de comunicación integrada.” (5 de junio de 2017) Elaborado por Yamil Josué Castro Bonilla y Orlando José Castillo Mendoza, en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-MANAGUA). Este trabajo, describe la importancia del internet, como una estrategia de comunicación integrada en la comercialización de productos y servicios online, a través de las diversas herramientas que ofrece internet como web site, plataformas y redes sociales. Asimismo, identifican las diferentes estrategias de marketing por internet y su importancia en las empresas, también como las herramientas que ofrecen las páginas web y los correos electrónicos para una mejor comunicación con los clientes. De igual modo, logran conocer los beneficios que ofrece Google como una herramienta indispensable para los negocios y la comunicación a través de su red social conocido como Google plus y otras formas de llegar a los clientes de forma más amplia en sus plataformas de AdSense y AdWords, a si también como otras alternativas para ser presencia por internet a través de las plataformas y plantillas de Blogs.

En la segunda investigación “Comunicación digital: nuevas posibilidades y rigor informativo.” (febrero-abril de 2006) Elaborado por Alexánder Sánchez Upegui, Coordinador de Comunicación Social, en la Fundación Universitaria Católica del Norte, Medellín, Colombia. En este trabajo trata de un texto en el cual se explora el concepto, las características y propiedades de la comunicación digital. Varios de los planteamientos sobre dicha temática tienen como base los aportes del autor Lluís Codina de quien se toman ideas y adaptan varios contenidos. Finalmente, se proponen algunas pautas y criterios para el tratamiento y publicación de la información en línea.

En la tercera investigación, tiene como título “La utilización de Instagram como herramienta de marketing digital en las pymes” (22 de junio de 2021) en la Universidad Nacional de San Martín. En este trabajo aseguran que Instagram juega un rol importante para las pymes, siempre y cuando dedicar el tiempo necesario para comprender su funcionamiento y crear estrategia acorde a sus metas. Afirman que la plataforma tiene un gran potencial, lamentablemente muchas pymes no saben cómo explotarla de la manera correcta, una extraordinaria inversión en asesores que los guíen a optimizar su utilización. Además, expresan que Instagram se ha convertido en una herramienta muy útil tanto para las pymes como para los compradores, donde haciendo un uso eficaz se logra una importante interacción, pudiéndose obtener resultados positivos para ambas partes.

III. Justificación

En la presente Tesis se aborda el uso de las estrategias de comunicación digital y posicionamiento, ya que por medio de estas contribuyen al crecimiento y aceptación de las marcas, y para los comunicólogos poder hacer un uso correcto de dichas estrategias es fundamental, convirtiéndolos en profesionales totalmente competentes para llevar a cabo con éxito un plan de comunicación en los grandes y pequeños negocios.

Con la llegada del Internet a nuestros tiempos, ha generado, sin duda alguna, cambios importantes en las estructuras de publicidad y marketing en los emprendimientos, esta realidad no puede ser obviada por ningún emprendimiento que quiera estar bien posicionado en el mercado, de forma que, no solamente tendrá que estar presente en la red, sino que tendrá que aplicar diferentes herramientas de marketing para sacar el máximo provecho a su presencia en Internet.

Por lo general es considerado como un fenómeno global, vinculado estrechamente con la comunicación, pero que a la vez influye en gran medida sobre casi todos los ámbitos de la sociedad y en el mundo de los negocios. Por lo tanto, el presente documento tiene como fin, explorar el mundo cibernético y la importancia que representa, como medio de información que promueva nuevos conocimientos en la práctica de las herramientas del internet en el mundo de los emprendedores.

Para las emprendedores nicaragüenses, hoy en día es vital contar con un sitio web o un perfil en las redes sociales, para la difusión de información que ofrezca los productos y servicios que ella está dispuesta a prestar; todo esto con el ánimo de llegar a cada uno de los hogares de sus clientes que podrán tener la facilidad de informarse con mayor profundidad no sólo de los productos, sino del emprendimiento en general; teniendo en cuenta que Internet está al alcance de todos, rompiendo las barreras del computador y llegando así a los dispositivos móviles, que harán una interacción efectiva e inmediata entre la empresa y sus posibles clientes.

Asimismo, sea de utilidad la presente investigación como medio de consulta y guía que permita a las personas interesadas tener un mayor acceso a la información, sobre estrategia de comunicación por internet que a la vez aporte los conocimientos necesarios y útiles para estrategias y posicionamiento de nuevos emprendimientos.

IV. Planteamiento del problema

Caracterización

Las redes sociales junto a la Web y plataformas digitales en la actualidad son herramientas muy importantes en la divulgación de información, entretenimiento. Asimismo, en realizar publicidad y promoción de productos de distintos emprendimientos. Existen muchas empresas y emprendimientos que no saben sacar provecho de las herramientas digitales actuales para la divulgación y promoción de sus productos o servicios, siendo esto de mucha importancia actualmente en una sociedad modernizada en los sitios Webs, redes sociales y plataformas digitales, que busca comercializar y adquirir el producto o servicio de interés de una manera rápida y efectiva.

Delimitación

Ahora bien, existen particularidades de mayor efectividad en los resultados para la compra y difusión del producto, a como es Instagram, una red social muy utilizada hoy en día, y no todos los emprendimientos pueden utilizar correctamente esta red para promocionar y difundir sus productos, y así llegar a más personas y posicionarse en el mercado digital. Instagram, se destaca como una de las primeras redes sociales exclusivas para acceso móvil. Es cierto que actualmente es posible ver las actualizaciones desde una computadora, pero aun así el producto está destinado para ser usado desde el celular. Es una red social que permite compartir fotos y vídeos entre usuarios, con la posibilidad de aplicación de filtros.

Formulación

Partiendo de la caracterización y delimitación del problema antes expuesto, se presenta el siguiente principal interrogante de la presente investigación: **¿Cuáles son las estrategias de comunicación digital y de posicionamiento implementados para el emprendimiento Mars Artist Nicaragua a través de la red social Instagram, en el segundo semestre de 2023?**

Sistematización

Las preguntas de sistematización correspondientes se presentan a continuación:

1. ¿Cuál es el uso de Instagram en el emprendimiento Mars Artist Nicaragua como herramienta de comunicación digital y expansión durante el segundo semestre de 2023?
2. ¿Cuál es la efectividad de la red social Instagram para el emprendimiento Mars Artist Nicaragua?
3. ¿Cuál sería el posicionamiento del emprendimiento Mars Artist Nicaragua, para ser inspiración de nuevos emprendimientos en Instagram?

V. Objetivos

Objetivo General

Analizar las estrategias de comunicación digital y posicionamiento para el emprendimiento de Mars Artist Nicaragua a través de la red social Instagram durante el segundo semestre de 2023.

Objetivos Específicos

- Identificar el uso de Instagram en el emprendimiento Mars Artist Nicaragua como herramienta de comunicación digital y expansión durante el segundo semestre de 2023.
- Explicar la efectividad de la red social Instagram para el emprendimiento Mars Artist Nicaragua en la difusión de información y publicidad durante el segundo semestre de 2023.
- Describir el posicionamiento del emprendimiento Mars Artist Nicaragua como modelo de desarrollo para nuevos emprendedores durante el segundo semestre de 2023.
- Crear una propuesta de comunicación digital para utilizar de excelente manera las distintas herramientas que ofrece Instagram para uso de emprendedores para el mundo del mercado.

VI. Marco Teórico

6.1. Comunicación digital

Hoy en día las nuevas formas de comunicación en esta era digital han desarrollado mejor efectividad de transmitir un mensaje, una publicidad o información, esta misma no solo llega a nuestro público meta, sino hacia muchas personas que, gracias a la comunicación digital, se extiende por distintas partes del mundo, siendo de una forma más rápida y efectiva.

La comunicación digital es la forma de transmitir el mensaje de una forma analógica a una digital, usando los distintos medios digitales que ofrece hoy en día esta sociedad moderna. “Puede entenderse como el proceso de producción, circulación y puesta en juego de sentidos, mediante el uso de las tecnologías de la información y comunicación, TIC, con base en el código binario: bit.” (Sánchez Upegui 2006,). De esta manera comprendemos a la comunicación digital como el desarrollo de cualquier tipo de contenido por medio de las distintas tecnologías de información y comunicación.

La comunicación digital conforme al pasar de los años ha evolucionado, obteniendo así mejor desarrollo en la transmisión del mensaje, incluso en el desarrollo de la sociedad actual. Para Barredo, Rodrigues e Hidalgo (2021):

La comunicación digital, en las últimas décadas, ha evidenciado transformaciones significativas en las mediaciones de la vida cotidiana y los hábitos de acceso, recepción, consumo, y apropiación de las audiencias. Cualquiera que sea el proceso, se observa la construcción de un nuevo ecosistema mediático, en el que la tecnología se vuelve invisible, incluso con una relevancia significativa. Sin embargo, no podemos decir que los dispositivos están en el centro del proceso. De hecho, gran parte de las promesas de la sociedad de la información (tecnologías democratizadoras y accesibles, horizontalizadoras para lograr una sociedad más inclusiva, equitativa, justa y de bienestar), se están cuestionando ante las nuevas brechas que la cultura digital ha evidenciado. (p. 3)

Las redes sociales por medio de esta nueva forma de comunicación digital, se han convertido parte de nuestro diario vivir, en el hogar, en el trabajo, en la universidad, centros escolares, etc. Por ello Barredo, Rodrigues e Hidalgo (2021):

Hoy los usuarios de la comunicación perciben, actúan, responden, crean nuevas experiencias, cohabitan. Las interfaces tecnológicas les permiten, como el lenguaje, habitar esos espacios. La red se ha convertido, por ende, en el espacio simbólico en el que se realizan las interacciones del hombre con el hombre y no con la máquina, como se creía. Son, por tanto, interfaces culturales: “formas diferenciadas de registrar la memoria y la experiencia humana, mecanismos para el intercambio cultural y social de información. (p. 4)

Estas nuevas tecnologías ciertamente nos benefician a realizar de manera más rápida y eficaz el mensaje que queremos transmitir o buscar algún tipo de información de nuestro interés, dado que, al realizar un simple clic, podremos tener en segundos una infinidad de información para nuestra utilidad. Según Barredo, Rodrigues e Hidalgo (2021):

Las redes socio digitales, por consiguiente, han vuelto al sujeto un medio, un mensaje y una mediación; en una palabra, lo han transformado en una interfaz. Y, como tal, las redes han amplificado la realidad, incrementado la velocidad e intensidad de contacto, facilitado la inmersión existencial y la creación de ambientes multisensoriales para acceder a la vida de los otros. (p 5)

Desde el origen del internet ha sido un impacto a nivel mundial por la facilidad de su uso y de migrar a las nuevas formas de comunicación digital. Con la llegada de la pandemia del Covid-19 en 2020 distintas personas del mundo permanecieron encerrados en sus hogares, sin poder salir a las calles, ya sea para realizar compras, trabajar o estudiar.

Ante este escenario el internet desempeña una labor importante, porque se usan plataformas como zoom con el uso de video llamadas, con el fin de buscar alternativas en el ámbito laboral, educativo y social. El internet se convirtió en una herramienta esencial para que los emprendedores utilicen las redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, etc., y con la llegada de Tik Tok esta misma se volvió muy fundamental en entretenimiento, información y publicidad hacia el público consumidor.

Para Poiré, M. J., Andrés Fernández, C., Dómine, P., Módena, L., Sánchez, P., Rodríguez Ponte, M., Rolfi, B., Mussis, M., Párraga, J., Chiarenza, D., Dallavia, L, y Echave, P. (2016):

Las tecnologías son parte de nuestras vidas cotidianas, de nuestras charlas, de lo que dicen en la tele, de los espacios más íntimos de nuestras casas y también del aula. Cada vez es más intensa y permanente nuestra convivencia con las tecnologías. (p 23)

6.1.1. Características de la comunicación digital

Cuando se aborda las características de comunicación digital son los rasgos distintivos con relación a la comunicación análoga, por consiguiente, el Baumann (2021) afirma que las características de la comunicación digital son:

1. Es inmediata, ya que diariamente recibimos grandes cantidades de datos de manera simultánea, por ello es una de las grandes características de la comunicación digital, por la manera en que adquirimos de forma inmediata ese contenido a nosotros.
2. Es multimedia, desde su aparición podemos obtener valiosos contenidos en tiempo real a través de distintos medios en línea, esta reúne distintos medios que está en sintonía en un mismo sitio.
3. Permite la interactividad, es más fácil la accesibilidad a los medios online con los que podemos participar desde cualquier móvil a las redes sociales, blogs, sitios webs, etc.
4. Se actualiza en tiempo real, cualquier error que pueda existir en un artículo o nota informativa en cualquier sitio web, podemos actualizarlo en tiempo real y añadir nueva información o corregir algún mal escrito de forma inmediata.

5. Es multidireccional, esto es debido a que el emisor pueda ser al mismo tiempo el receptor y viceversa, el usuario llega a convertirse en un agente activo, que no solo va generando por medio de mensajes, sino de distintas plataformas digitales.
6. Amplia la audiencia, ya no solo comunicamos de manera profesional, de forma escrita o física, sino también podemos agregar imágenes, videos, audios, textos y comunicación de modo personal, amplían la cantidad de participantes de esta información, existen espacios por el cual podemos intercambiar ideas.
7. Es una vitrina para la marca personal, esto ha desencadenado una forma de una identidad personal por medio de las redes sociales, aunque podamos persuadir en nuestra apariencia ante la vista de los demás, esto dependerá de nosotros en cómo desarrollar nuestra marca personal.
8. Desmaterializa las relaciones interpersonales, nos relacionamos con un nivel de dificultad para desarrollar una relación de confianza, asimismo ha facilitado el conocimiento de nuevas marcas y nuevas personas.
9. Produce contenidos, ahora cualquier persona puede ser creador de contenido desde cualquier medio digital, y no necesariamente propio, sino incluso de terceros, ya no es necesario crear propiamente el mensaje, sino compartirlo con otros.
10. Predomina la comunicación verbal, esta prevalece sobre la comunicación no verbal, los contactos suelen ser breves, en un lugar de más largos y significativos.
11. Publica contenidos, cada mensaje publicado en internet se puede copiar y pegar, incluso pueden alterar el mensaje y volverse a publicar, podemos publicar

imágenes, textos y videos, pero que no están totalmente a nuestro control y por último permite contacto con grupos sociales de intereses similares, esta es una manera de conocer y relacionarnos con nuevas ideas en tiempo real.

12. Permite el contacto con grupos sociales de intereses similares. Es una forma de socializar y conocer nuevas ideas al mismo tiempo.

6.2. Estrategias de comunicación digital

Las estrategias de comunicación digital son herramientas que se utilizan como parte de un plan diseñado y ejecutado por una empresa, negocio o emprendedor. Estas estrategias deben de tomar en cuenta los medios digitales para efectuar cada una de las estrategias planteadas.

El desarrollo tecnológico de la sociedad influye de gran manera en las estrategias de comunicación digital, ya que actualmente migra a estos nuevos desarrollos tecnológicos, y así obtener con mayor eficacia resultados beneficiosos. Según Solana y Castro (2018):

La comunicación en las organizaciones ha cambiado mucho en los últimos años debido al fenómeno de la digitalización. Sin duda, la tecnología ha tenido un papel muy relevante en esta transformación de las estrategias de comunicación online, pero no menos importante ha sido el cambio sociológico, que ha añadido un componente interactivo y colaborativo en la manera relacionarnos y comunicarnos. (p. 419)

Las estrategias de comunicación digital ayudaran a fortalecer el networking digital, para un mejor desempeño en la aplicación de estas mismas para lograr cumplir indicadores propuestos para la empresa. Según Torres (2022), “el networking es el proceso o habilidad que permite crear o ampliar una red de contactos profesionales, así como la capacidad de mantener esas conexiones con el paso del tiempo, para lograr beneficios a lo largo de una carrera laboral”.

El networking es muy fundamental para desempeñar las estrategias de comunicación digital, y es importante que todo empresa o emprendimiento que busque tener mejor efectividad en las estrategias, deben tener en cuenta elementos claves para su realización. Por ello Solana y Castro (2018):

El diseño de una estrategia común a los miembros de la organización que implicará la difusión y comunicación interna del proyecto, el análisis y selección de las redes sociales en las que estar presentes, y la planificación de la política de contactos y grupos de interés para la actividad económica de la empresa. La creación de una identidad digital en las redes sociales profesionales que sea la tarjeta de presentación virtual de la empresa y que permita desarrollar su presencia en internet. La planificación de las acciones de comunicación y calendarización de eventos que contribuyan al desarrollo de contactos con otras empresas y profesionales, a difundir los productos o servicios de la empresa y al establecimiento de la misma como referente en su sector de actividad. (p. 421)

Las redes sociales juegan un papel importante en la aplicación del networking digital para las estrategias de comunicación digital, dado que obtiene una mejor efectividad, sacando delantera ante la competencia.

Detectar nuevas oportunidades de negocio/inversión y nichos de mercado; contactar y reclutar los perfiles profesionales y el talento que necesita la organización; contrastar tendencias de mercado o tecnológicas con clientes y empresas del sector; potenciar el compromiso con colaboradores y socios; encontrar oportunidades para generar sinergias con otros profesionales y empresas; y crear confianza, visibilidad y credibilidad hacia la marca. Asimismo, la pertenencia y gestión de las redes sociales profesionales de la empresa implica también ventajas desde el punto de vista de la comunicación interna en la organización, ya que refuerza los lazos de los miembros del equipo humano, mejora el trabajo en equipo y contribuye al desarrollo de una cultura digital en la empresa. (Solana y Castro, 2018, p. 421)

Mantener una buena imagen es importante para que nuestras estrategias sean aún más efectivas, a esto lo denominamos tener una reputación online. Según Solana y Castro (2018):

La reputación corporativa como la percepción que tienen los demás sobre el buen hacer de nuestra empresa es ahora más importante que nunca en el actual contexto de medios de comunicación digital, donde las redes sociales toman un papel preponderante debido a la rápida difusión de las buenas y malas prácticas empresariales. La Reputación Corporativa (RC) en el mundo online es hoy en día un

elemento clave para la competitividad de las empresas a nivel nacional e internacional.
(p. 422)

Las empresas deben saber aprovechar los distintos espacios que ofrecen las distintas herramientas en los medios digitales, evidenciando el óptimo desempeño de las estrategias, conservando una buena reputación online. Por ello, es importante que tengan un sitio web de la empresa, un blog corporativo y redes sociales propias de la industria.

Tener una buena reputación online, permite ganar una comunidad de consumidores, sin importar que consuman nuestros productos o contenido, porque se mantiene una de las funciones de la estrategia de comunicación digital de irse expandiendo a más lugares.

La confianza es un factor emocional que impacta en el negocio y es un elemento clave para mejorar la competitividad de las empresas. A este respecto cabe señalar que, las empresas que se posicionan en los primeros lugares en los resultados de los principales buscadores (Google, Yahoo, Bing, etc.) son consideradas por los usuarios como las más importantes, generando una mayor confianza y posibilidades de éxito en el proceso de venta. Cuando una persona confía en una empresa es más probable que hable bien de ella y la recomiende generando comentarios positivos en las redes sociales. (Solana y Castro, 2018, p. 422)

Mantener una gestión de marca como empleador es fundamental ante un mercado muy amplio, que día a día se enfrenta a cambios constantes en los distintos medios de comunicación digital. Según Solana y Castro (2018):

Es una herramienta que ayuda a la adquisición, desarrollo y retención de talento e influye positivamente en la rentabilidad de la empresa a través del aumento de la satisfacción de los empleados, la conciencia entre los distintos grupos de interés, la satisfacción del cliente y el desempeño y compromiso de los empleados. (p. 423)

Saber utilizar la gestión de marca, es importante mantener métodos que nos puedan ayudar para el sustento y efectividad de esta, para ser destacado entre la competencia. Biswas y Suar (como se citó en Solana y Castro 2018) plantea que en la aplicación de las técnicas de gestión de marca es importante enfatizar en los valores atractivos de la identidad corporativa y en cuatro objetivos básicos; 1) la satisfacción de los empleados, 2) generación de afinidad y

lealtad entre la organización y el empleado, 3) diferenciación de la experiencia del empleado con respecto a las empresas competidoras y 4) desarrollo de una propuesta laboral valiosa e interesante para los actuales empleados y para los potenciales empleados. (p. 423)

El reclutamiento en internet permite contratar un personal profesional apto para cualquier labor que se le asigne o se esté buscando, de igual manera al estilo tradicional, con la diferencia que mantenemos a nuestra audiencia al tanto de nuevas convocatorias. Por lo tanto, es más rápido que al estilo tradicional de reclutamiento, gracias a las nuevas tecnologías por medio de una simple publicación, podemos mantener informada al público de nuevas noticias por parte de la empresa.

El reclutamiento en internet o e-reclutamiento facilita la publicación de ofertas de empleo para las empresas y favorece los procesos de reclutamiento, haciéndolos más rápidos, eficientes y rentables y permitiendo gestionar de una manera mucho más eficaz el talento. Asimismo, se ha convertido en una herramienta muy útil y versátil para las personas que buscan empleo ya que encuentran en la red cada vez más oportunidades laborales, y la comunicación y gestión de solicitudes de empleo, resulta mucho más rápida y sencilla a través de la red. (Solana y Castro, 2018, p. 425)

Esta nueva forma de reclutamiento en internet es de mucha utilidad, para obtener una mejor información sobre el perfil de las personas interesadas a la convocatoria que realice la empresa por medio de las redes sociales, manteniendo un seguimiento para valorar su capacidad de ser apto para la vacante. Para Solana y Castro (2018):

Los usuarios muestran a través de las redes sociales su perfil ampliado, no sólo lo referente a sus conocimientos o aptitudes profesionales, sino sus habilidades sociales, de trabajo en grupo, aficiones, etc. Lo cual permite a las empresas tener una visión más completa y real de los candidatos. Pero además las empresas obtienen otras valiosas informaciones contextuales que pueden aportar valor a sus procesos de reclutamiento como noticias sobre la industria de contratación y el mercado de trabajo, en qué empresas trabajan los usuarios actualmente o han trabajado en el pasado, los proyectos en los que están involucrados, la pertenencia a grupos o asociaciones profesionales, etc. Las empresas por su parte, pueden utilizar las redes sociales para generar propuestas de valor atractivas, publicitar su cultura empresarial, diferenciarse

de los competidores, siempre desde un punto de vista responsable y velando por su reputación e imagen online. (p. 426)

Las empresas deben saber utilizar todas las herramientas que ofrecen las distintas plataformas digitales, creando nuevas estrategias de comunicación digital, por el cual, será de mucha utilidad para fortalecer convenios con otras empresas. Crear una buena reputación para el público, ser únicos entre otras empresas, con un personal capacitado para el bienestar empresarial.

6.3. Marketing Digital

El marketing es una estrategia para llegar a los clientes, para que ellos adquieran un producto por medio de la publicidad. Según Kotler y Armstrong (2008), “marketing es la administración de relaciones perdurables con los clientes. La doble meta del marketing es atraer nuevos clientes al prometer un valor superior y conservar y aumentar a los clientes actuales mediante la entrega de satisfacción” (p 5).

Hoy en día la sociedad consume el marketing como parte de su vida cotidiana, por consiguiente, a diario nos hacemos consumidores de esta misma por la persuasión que utilizan las transnacionales en sus campañas publicitarias, para ser participe como cliente potencial. Según Kotler y Armstrong (2008):

Éste se encuentra en todos lados. Vemos los resultados del marketing en la abundancia de productos existentes en el centro comercial más cercano. Vemos marketing en los anuncios que llenan las pantallas de televisión, las revistas, los buzones, y las páginas web. En el hogar, en la escuela, en el trabajo, donde jugamos, estamos expuestos al marketing en casi todo lo que hacemos. No obstante, esta disciplina implica mucho más de lo que percibe casualmente el ojo del consumidor. Detrás de todo eso hay una enorme red de personas y actividades compitiendo por nuestra atención y nuestro dinero. (p 5)

El marketing deja ser tradicionalista, y comienza a formar parte del mundo digital, evolucionando junto con la sociedad que hoy en día es más moderna. Según Lozano, Toro y Calderón (2021) “El marketing digital ha evolucionado constantemente gracias a las

innovaciones de las tecnologías, logrando ajustarse a los cambios y logrando aprovechar esas bondades para otorgar a las empresas y negocios una gran gama de opciones”. (p 912). En ese sentido, se adapta a estos cambios para nuevas innovaciones de comercio.

6.3.1. Importancia del marketing digital

En la actualidad, el marketing digital es importante por la necesidad de usarse ante un mercado que se ha convertido muy amplio en el mundo digital, es indispensable para empresas, negocios o emprendedores que buscan día a día vender sus productos. Chunque (como se citó en Lozano, Toro y Calderón, 2021) afirma que el marketing digital es importante ya que este busca perfeccionar y optimizar el desempeño y posición de las empresas dentro de los mercados, por ende, darse presencia digital es una estrategia con el fin de conseguir una mayor visibilidad ante los usuarios o consumidores.

El marketing digital es esencial, porque tiene más eficiencia y certeza en transmitir los mensajes publicitarios de los productos hacia los consumidores, según Pursell (2023) es relevante tanto que otorga llegar a un público más específico, conforme a sus gustos y preferencias, por el cual esto conlleva a un mayor número de ventas efectivas que las técnicas tradicionales, esto permite a los negocios crecer más allá de las ventas que puedan tener de manera local y llevarlas a un mercado internacional potencialmente amplio.

El marketing digital es tan fundamental para las empresas, así como emprendedores y negocios, que, sin ella, las ventas de los comercios se irían al fracaso retornando a lo tradicional. Según Lozano, Toro y Calderón (2021):

El marketing digital resulta una herramienta de gran importancia para las empresas o negocios para llegar a la mayor cantidad de clientes posible, usando todas las herramientas y estrategias disponibles en el mercado y de esta forma alcanzar la comercialización de los productos o servicios que ofrece. (p. 913)

6.3.2. Beneficios del marketing digital

El marketing digital, es muy beneficioso para la era actual. En el mundo tan moderno en que vivimos se depende mucho de las nuevas tecnologías, esta característica se debe de

aprovechar para analizar el deseo y necesidades del público consumidor. ¿Cómo logramos esto? Con una excelente publicidad en plataformas famosas con trends o estilo que estén en tendencia, spot de mucho interés para los consumidores, colaboraciones con personas que se encuentren en preferencia del momento, etc.

Es importante destacar que el marketing es súper fácil de saber a cuantas personas llega nuestra publicidad, de esta manera, podemos mejorar en aquello que identifiquemos en las fallas para tener un mayor alcance hacia nuestra meta, según Villacampa (2021):

Son fáciles de medir y determinar el éxito o fracaso que haya tenido. A diferencia de la televisión, donde no podemos saber a ciencia cierta cuántas personas fueron alcanzadas, en el ámbito digital puedes llevar un control preciso del impacto que has tenido y así determinar con mayor seguridad el ROI de tus acciones.

Partiendo del enunciado anterior, se aprovecha la difusión de productos y servicios en esta nueva era digital de la social media, donde la mayoría de las personas utilizan alguna red social creando comunidades según intereses como ideología, género, entretenimiento y creatividad.

El marketing, ha pasado de lo tradicional y se sumerge a lo moderno, siendo ahora marketing digital, teniendo como un mayor énfasis en las redes sociales, por el cual va siendo aún más beneficioso para toda empresa, negocio o persona que utilice el marketing digital ante una sociedad hoy en día muy moderna, Vercheval (2022) destaca diez principales beneficios del marketing digital:

1. Es medible: Cuando realizas una campaña de marketing digital, todo puede ser medido. Puedes saber el impacto de la estrategia, qué repercusión ha tenido, en qué sectores y hasta el retorno de la inversión. Los resultados se obtienen en tiempo real y a través de interacciones de los usuarios, algo que no ocurre en la publicidad tradicional.
2. Es ajustable: Además de ser medible e inmediata, la información que obtengas en marketing digital te permite ajustar la estrategia cuantas veces sea necesario para mejorar los resultados. Es lo que se conoce como “pivotar”. Con el marketing

online tenemos la posibilidad de experimentar muchas cosas en poco tiempo. Ya no hace falta que una campaña haya terminado para cambiar o mejorar lo que se está realizando: ¡se puede hacer durante el proceso!

3. Aporta flexibilidad: Esta dinámica de prueba-error y la facilidad para reorientar los procesos otorga al marketing digital una flexibilidad y un dinamismo que otros métodos no poseen. Por ello, es importante que tu empresa sea capaz de adaptarse a los cambios tanto de tipo interno como externo.
4. Asegura la rentabilidad: El marketing digital es relativamente accesible en términos financieros. Si se compara con los canales de marketing tradicionales como, por ejemplo, la televisión, la radio o la prensa, las estrategias son mucho más económicas y rentables.
5. Facilita la segmentación: Cualquier acción que forme parte de una estrategia puede ser segmentada a tu buyer persona (la construcción o arquetipo de cliente que hacemos como empresa basándonos en el perfil de cliente ideal). Solo hay que aplicar algunas de las categorías de segmentación: sexo, localización, edad, idioma, país, nivel cultural o hábitos de consumo, entre otras. Estas estrategias digitales te permiten realizar una segmentación mucho más personalizada.
6. Contribuye al branding: El tipo de mensaje que divulgues habla de tus valores, de tu cultura y de tu credibilidad. Se trata de un activo que hace que el usuario se acuerde de ella.
7. Crea comunidad: Permite crear una audiencia. El punto común de los usuarios de dicha comunidad es que tienen un interés similar frente al contenido que divulgas.

Tener una comunidad propia, además de crear branding, te permite conocer e interactuar de manera directa con tus clientes y potenciales consumidores.

8. Impulsa la proyección: Todo el contenido que creamos es un activo para la compañía. Permite que la empresa sea encontrada por aquellos que buscan algo que puede ofrecer, la ayuda a posicionarse como autoridad en el sector y sirve de referencia a quienes desean ampliar información sobre alguno de los temas tratados.

9. Permite generar demanda: Con el uso de tácticas de marketing digital se genera demanda, y eso consigue que crezca el interés en los productos y servicios que ofrece la empresa. Dependiendo del alcance de estas iniciativas, la empresa puede encontrarse con que despierta la atención de nuevos segmentos de público, o que es capaz de llegar a nuevos mercados.

10. Ayuda a fidelizar a los clientes: Fidelizar a un cliente implica obtener su lealtad. Cuando el cliente es fiel demuestra su compromiso con la marca de muchas formas distintas, como escogiéndola siempre por delante de la competencia o confiando en los nuevos productos que lanza al mercado.

6.4. Red social Instagram

Instagram es una red social que permite tomar fotografías con uso de distintos filtros, recrear reels que se encuentren en tendencia o hacer nuevos reels, permite conectar con cualquier usuario del mundo, seguir a nuestros artistas favoritos, amigos cercanos o lejanos, a grandes celebridades, empresas, instituciones de nuestra preferencia, etc. Según Cabrera de Llanos (2019):

Desde su lanzamiento en 2010, la red social no ha parado de crecer en todos los sentidos (usuarios, funciones y servicios que ofrece, anunciantes, etc.). Aunque apareció como una aplicación para teléfonos móviles a través de la cual los amantes de la fotografía podían tomar fotos, editarlas y compartirlas con otros usuarios de

forma instantánea; ha acabado convirtiéndose en una de las redes sociales más populares del momento. (p. 5)

Instagram es una plataforma digital muy utilizada por empresas, negocios y emprendedores, para la difusión de publicidad de los distintos productos que estos pueden ofrecer.

Pone en contacto a marcas y consumidores, considerado medio de información para muchos, es de los primeros canales a los que acude a la hora de enterarse de lo que ocurre, a través de perfiles corporativos de empresas muestra el precio de los productos que estas ofertan y pulsando sobre ellos redirige a páginas webs donde se venden. Además, sirve como una de las herramientas principales de publicidad y marketing digital e influyente a múltiples organizaciones y marcas. (Cabrera de Llanos, 2019, p. 6)

Instagram actualmente es una red social clave para la difusión de publicidad para cualquier empresa. Cabrera de Llanos (2019) plantea que, tras la compra de Instagram por parte de Mark Zuckerberg en 2012, este mismo ha realizado una gran serie de cambios con respecto a la implementación de anuncios, convirtiéndola en una de las redes sociales en tardar más en implementarlo, de tal manera llegando en 2014 la presencia de publicidad a la misma.

Actualmente las personas les llaman la atención toda aquella publicidad que no contenga mucho texto, prefiere más fotografías y videos, por ello Instagram es la red social ideal para este tipo de situaciones. Según Lavagna (2018), “Las fotografías y los vídeos son el tipo de contenido que consigue mejor respuesta en redes sociales”.

Instagram ha logrado convertirse en una de las App más destacadas por los usuarios a nivel de su uso, convirtiéndola así en número entre las redes sociales. Según Fernández (2023):

En junio de 2018, la red social contaba ya con más de mil millones de usuarios activos mensuales en todo el mundo y el comportamiento del mercado apuntaba a una expansión sostenida a corto y medio plazo. Actualmente, una gran parte de sus usuarios se concentran en Estados Unidos, India y Brasil, y cada vez son más países donde Instagram lidera el sector.

Esta plataforma digital es muy beneficiosa para el uso exitoso de la misma, para un emprendimiento y lograr obtener un mayor público para la difusión y posicionamiento de la

misma. Lavagna (2018) destaca que es una plataforma fácil de obtener visualizaciones, es la red social con mayor engagement en la mayoría de los lugares, siendo elevado su contenido superior al de otras redes sociales, los hashtags son puntos claves para obtener mayor visualización sobre todo si es algo referente a lo que publicamos; es importante agregar a nuestro perfil empresarial un URL de nuestra sitio web empresarial desde nuestro perfil en Instagram, agregar en cada publicación una marca de agua de la identidad de la empresa o URL; es relevante humanizar más tu marca, a las personas les encanta saber de la historia que conllevas desde tus inicios hasta la actualidad, no es necesario relevar toda tu privacidad, sino aquello que muestre tu pasión por lo que haces; es una plataforma importante para la transformación digital de tu negocio y promociona tus productos de forma visual fuera de tu web.

Debemos saber aprovechar todas las herramientas que ofrece Instagram para posicionar nuestro perfil empresarial y obtener un mayor resultado en la publicidad de nuestros productos. Lavagna (2018) menciona partes claves para obtener éxito en Instagram, realizar excelentes fotografías de nuestros productos, interactuar más con nuestros seguidores, realizar rifas, hacer en vivos, optimiza con más información tu perfil, en este pueden ir añadido números telefónicos, WhatsApp, URL del sitio web empresarial, ubicación del negocio (en un dado caso sea física la tienda), utiliza hashtags claves para llegar a más personas es importante usar los adecuados a tu publicación por el cual incluye a lo que se encuentre más en tendencia, has historias, un contenido que dura 24 horas, esto mismo sirve para hacer tráfico al perfil, una forma de interactuar con tus seguidores, por medio de encuestas, preguntas, etc. y los reels es una forma muy popular de crear contenido, este compite con la red social Tik Tok.

Instagram es la nueva red social encargada en la promoción y posicionamiento de estrategias de comunicación digital para todo aquel emprendedor que contiene un número considerable de seguidores, asimismo, para todo nuevo usuario en esta plataforma digital. Es importante tener en cuenta el uso correcto de cada herramienta que nos ofrece este medio, para obtener un mayor éxito. Según Cabrera de Llanos (2019), “además, desde el ámbito de la comunicación y el marketing, consideramos que nos encontramos ante un nuevo canal de venta que está emergiendo y al que se le auguran buenos resultados”. (p. 6)

6.5. Posicionamiento

El posicionamiento es clave en el mercado para las empresas, con un mayor despliegue en el mundo moderno, permitiéndonos ser primeros ante la competencia. Según Ibáñez y Manzano (2008):

El posicionamiento se define como el acto de diseñar la oferta e imagen de una empresa con el fin de ocupar una posición diferente en la mente del consumidor. El resultado final de este proceso de posicionamiento implica la creación de una imagen clara sobre el producto, servicio, persona o idea, que aporte valor al consumidor objetivo y que le induzca a su compra frente a otras alternativas existentes al permitirle identificar y diferenciar esta propuesta de la realizada por el resto de las marcas que compiten en el mercado. Para expresarlo más directamente: el posicionamiento consiste en desarrollar una propuesta única de valor para un segmento específico de consumidores. (p. 1)

6.5.1. Importancia del posicionamiento

Es importante estar bien posicionados, ya que esto nos permite estar establecido en la mente de los usuarios, obteniendo un logro para la empresa.

La definición del posicionamiento de un producto o servicio es, probablemente, la función más importante entre todas las funciones de marketing, ya que a través de ella se conectan, en mayor o menor medida, el resto de las actividades, se define la relación de un producto o servicio con sus clientes y, sobre todo, se establece el camino que va a seguir un producto en el mercado. Así, el posicionamiento se convierte en el centro de la estrategia de la empresa, al estar la función de marketing compartida e integrada en mayor o menor grado en todos los departamentos de ésta. (Ibáñez y Manzano, 2008, p. 1)

Es importante tener una buena imagen de nuestro producto, para que de esta manera se vea mejor posicionado entre los consumidores en el mercado. “La voluntad de la empresa de consolidar una determinada estrategia para hacer que el cliente se centre únicamente en una

idea sencilla, incluso una sola palabra, que pueda asociar directamente al producto o servicio”. (Ibáñez y Manzano, 2008, p. 3)

Siempre debemos tomar en cuenta los parámetros necesarios para un buen posicionamiento, es por ello que destaca Ibáñez y Manzano (2008):

Debe ser único en comparación con la competencia, y que esta unicidad aporte superioridad en las promesas que hace. Debe ser creíble para el público al que se dirige, tanto en relación con la propuesta que hace, como en su conexión con la empresa que la hace. Debe ser relevante, no ya a nivel absoluto, sino para el segmento específico de clientes al que va dirigido. (p. 3)

Estar posicionado tiene sus ventajas. Por ello plantea Ibáñez y Manzano (2008), posibilita la escogencia del producto al desarrollar una diferenciación respecto a la propuesta comercial de la competencia. Referente con lo antes mencionado, supone una utilidad adicional para el consumidor, siendo ampliadas sus opciones de elección. Brinda un incremento en el valor de la marca a través de cualquier vía que compone este valor. Quiere decir, ayuda a incrementar el conocimiento de la marca y facilita una imagen más clara de ésta. Permite estructurar todas las estrategias con actividades de marketing desde una base común, señalando el camino a seguir para todos los elementos del marketing. Mediante la generación de valor de marca, una mayor productividad de la inversión en marketing, por consiguientemente, una mayor facilidad de interpretarlo en participación de mercado y rentabilidad.

El posicionamiento es muy importante para permanecer en la mente de los consumidores nuestros productos, es primordial analizar al público, crear estrategias efectivas de marketing digital para lograr obtener un buen desempeño en el mercado moderno, alcanzar metas propuestas o fuera de lo planeado, conservando la relación con el cliente para ser difundido por todos, alcanzado una comunidad para retroalimentar promociones e información.

6.6. Emprendimiento

Emprendimiento es una idea creada por un individuo, de crear un negocio con el fin de vender sus productos o servicios creados por él mismo para obtener ingresos.

El fenómeno emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado

fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación. (Formichella, 2004, p. 3)

Emprendimiento también se puede relacionar con innovación, de manera que se relacionan en crear ideas para saber qué productos o servicios ofrecer para obtener ingresos y posicionarlos entre el mercado. Pero ¿Qué es innovación? Para Vélez y Ortiz (2016):

La innovación es uno de los elementos clave de la actividad emprendedora. El emprendedor innova mediante la introducción de ideas o la mejora de productos y servicios, mediante la incorporación de nuevas tecnologías, procesos productivos, prácticas de trabajo o formas de hacer negocios. Innovación, es la implementación de esa idea nueva y útil. Es la realización efectiva que logra un cambio en el sistema, con el propósito de mejorar y perfeccionar algún aspecto de su estructura, contenido o funcionamiento. (p. 351)

Emprendimiento e innovación mantiene una relación importante en crear, idear e implementarlo en el mercado.

Algunos de los elementos principal es que envuelven al emprendimiento e Innovación son la creación, asumir riesgos, la motivación, las decisiones, el futuro, la oportunidad, y todos estos se relacionan al iniciar un proceso de emprendimiento con el mercado, el producto, los competidores, los proveedores, los clientes, etc., y sin lugar a duda el impacto económico que representan. (Vélez y Ortiz, 2016, p. 348)

Los emprendimientos son muchos los que existen hoy en día. Pero, es importante conocer los tipos que existen en la sociedad. Es por ello que Vélez y Ortiz (2016) plantean que existen diversas formas de emprendimiento, por el cual, se menciona al emprendimiento por necesidad; se encamina en generar los ingresos diarios para vivir, se obtienen bajos niveles de ingresos, utilidad y activos, caracterizado por no tener una planificación o visión de crecimiento para el futuro, por esta razón no se tiene un valor agregado o perspectiva de mercados nacionales o internacionales. El emprendimiento tradicional; emprendimientos que conservan un crecimiento por su estructura competitiva pero que no cumple con criterios de ventas, rentabilidad y sostenibilidad alta, este se caracteriza porque sus productos y/o

servicios no tienen diferenciados, en algunos casos no tiene capacitada su mano de obra, poco usan tecnologías, generalmente están formalizadas. Para finalizar el emprendimiento dinámico; son emprendimientos que tienen un crecimiento rápido, rentable y sostenido, teniendo un nivel de ventas representativo después de una década.

Existen distintas clases de innovación. Entre ellas se destaca la innovación en producto (bienes y servicios); el máximo nivel corresponde a la introducción de un producto totalmente nuevo en el mercado, luego figuran las mejoras, sustanciales y leves. Por otro lado, la innovación en procesos; denominándose innovaciones TPP (Innovaciones Tecnológicas en Productos y Procesos), abarcando actividades de naturaleza muy diversa (científica, tecnológica, organizacional, financiera y comercial), incluso cualquier actividad empresarial (producción, organización, gestión, marketing, etc.). Las innovaciones radicales; también llamadas básicas, primarias o totales, hacen referencia a productos o procesos totalmente nuevos, estos presentan diferencias significativas en cuanto a su finalidad, prestaciones, características, propiedades teóricas, materias primas o componentes utilizados en su fabricación. Por último, las innovaciones incrementales; parciales, progresivas o secundarias, son mejoras en productos o procesos ya existentes (Vélez y Ortiz, 2016).

Todo emprendedor debe realizar un análisis en la sociedad, sobre aquellas necesidades o deseos de las personas que necesitan adquirir, saber innovar para obtener buenos resultados desde el principio, aplicar correctamente una estrategia de comunicación y marketing digital, para luego posicionarnos dentro del mercado, utilizando las distintas herramientas que actualmente ofrece esta sociedad moderna, por medio de las redes sociales, sitio webs, blogs, etc.

6.6.1. Políticas de estado a nivel de emprendimiento

El Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN) de la República de Nicaragua liderado por el presidente comandante Daniel Ortega y la vicepresidente compañera Rosario Murillo, por medio de las instituciones, apoya y financia distintos emprendimientos que formen parte de cada uno de los planes postpuestos en las distintas instituciones, como Nicaragua Diseña (ND) esta misma se encarga del diseño de ropa, modelaje, innovaciones de nuevos diseños, etc. Nicaragua Emprende (NE) este apoya a los nuevos emprendedores que se sumergen en este mundo del mercado, buscan como lograr implementar las ideas innovadoras para su

desarrollo y establecimiento en el mercado, el Hackathon apoya aquellos genios en la tecnología en programar, diseñar para un negocio específico, o ideas innovadoras en el mundo digital, el Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA) este apoya a los emprendedores establecidos, mejorar su plan de trabajo, realizar actividades para que los emprendimientos pueden exponer su producto y establecerse entre más personas asistente a estas mismas, el Instituto Nacional de Turismo (INTUR) con la implementación de estrategias, desarrollo y venta en sectores turísticos, sobre todo en temporadas de mucha asistencia, el Instituto Nacional Tecnológico (INATEC) en la educación y preparación de nuevos emprendedores para el inicio de su negocio, y poder llegar a posicionarse en el mercado.

El Gobierno de Nicaragua, por medio de su libro Plan Nacional de lucha contra la pobreza y para el desarrollo humano (2022-2026) plantea que tiene como objetivo central el crecimiento económico y la reducción de la pobreza, como elementos adhesivos al desarrollo económico y social de la nación. (p. 64)

De igual manera, el Gobierno de Nicaragua trabaja por el crecimiento económico, de esta manera otros países invierten en la economía del país, para obtener mejor financiamiento, por otra parte, impulsar y posicionar a estos nuevos emprendedores con ese deseo de superación y estabilidad económica.

El Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional por medio de su libro Plan Nacional de lucha contra la pobreza y para el desarrollo humano (2022-2026) destaca:

Para fortalecer el clima de negocios del país y facilitar nuevas inversiones se identificarán oportunidades de mejora de naturaleza regulativas a ser traducidas en políticas públicas, incluyendo la simplificación de trámites; fomentando también la reinversión o expansión de empresas ya establecidas en el país. (p. 71)

Nicaragua ha estado progresando en el desarrollo humano, en la estabilidad económica, en la paz y generación de empleo, apoyo en la creación de nuevos emprendimientos. Por ello el Gobierno de Nicaragua (2022-2026) destaca, “ha sido por el esfuerzo conjunto del Gobierno, los Gobiernos Locales, Trabajadores, Empresarios, Productores, Maestros, Campesinos,

Jóvenes, Mujeres, Estudiantes y Movimientos sociales, que hemos alcanzado grandes transformaciones en el país”. (p. 20)

El Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA, s.f.) por medio de su sitio web, tiene como misión implementar y coordinar políticas, programas y estrategias fomentando capacidades para el desarrollo de la economía familiar, comunitaria, asociativa y cooperativa, contribuyendo a mejorar la producción y productividad de las familias, y presentan de igual forma como visión ser una institución garante en la producción y desarrollo de la economía familiar y comunitaria, los talleres y pequeños negocios, la pequeña industria, asociatividad y el cooperativismo. Trabajan con valores de compromiso, innovación, trabajo en equipo, respeto, ética y solidaridad, para lograr la meta con sus objetivos.

6.6.2. Mars Artist Nicaragua

Mars Artist Nicaragua es un emprendimiento que se dedica a la elaboración de regalos personalizados, tanto cajas, rosas eternas, como dibujos digitales, y retrateras, entre otras cosas que el cliente desee, intentamos cumplir siempre sus expectativas con nuestro trabajo, al igual que damos vida a las ideas de nuestros clientes.

El nombre de Mars surgió en abreviatura del segundo nombre de la dueña del emprendimiento, en combinación al planeta Marte (su planeta favorito), de este mismo surgen los colores que identifica el logo de este negocio, y Artist Nicaragua en el sentido en el que consiste el emprendimiento y su identidad nacional.

Mars Artist Nicaragua (2023) tiene como misión “hacer realidad las ideas de nuestros clientes, con el fin de brindar no solo un servicio, sino también una experiencia al recibir nuestros productos”.

Mars Artist Nicaragua es un nuevo emprendimiento en este amplio mercado digital, iniciando ellos desde la red social Instagram. Tienen como visión “ser un emprendimiento líder en la

Figura 1



Nota. Red social en Instagram del emprendimiento Mars Artist Nicaragua.

Fuente: Realización Propia (captura de pantalla).

fabricación y confección de regalos personalizados, rosas eternas y recuerdos, cuidando el medio ambiente a través de la creatividad e innovación que nos caracteriza”. (2023)

Es un emprendimiento con valores sumamente responsables con las necesidades de nuestros clientes, comprometidos con calidad del material y diseño de nuestros productos, con una excelente atención al cliente. Mars Artist Nicaragua (2023).

Figura 2



Nota. Misión, visión y valores desde la red social en Instagram del emprendimiento Mars Artist Nicaragua.

Fuente: Realización Propia (captura de pantalla).

VII. Diseño Metodológico

7.1. Tipo de Estudio

El presente estudio es catalogado no experimental, porque se basa fundamentalmente en la observación, por el cual esta investigación será llevada a cabo a un emprendimiento que está iniciando a sumergirse dentro del mercado.

Por otro lado, es descriptiva porque se aplicará en el período del segundo semestre de 2023 el análisis del presente trabajo. Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) “una investigación no solo puede incluir un solo estudio según su alcance. En el caso de este trabajo, la parte esencial se centra en el nivel descriptivo pues se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis lo que sirve para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, contexto o situación” (p. 86).

Asimismo, la investigación tiene un enfoque Mixto, porque se aplicarán instrumentos que generará información alrededor de un fenómeno social, por medio de un proceso secuencial y deductivo. Para Hernández (2014), “la meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales.” (p. 532)

7.2. Área de Estudio

El presente estudio se realizará en el emprendimiento Mars Artist Nicaragua del departamento de Managua.

7.3. Unidad de Estudio

Estrategias de comunicación digital y posicionamiento para el emprendimiento a través de Instagram.

7.4. Universo y Muestra

Universo

El universo serán los 155 usuarios que siguen a Mars Artist Nicaragua (mars_nic) en Instagram.

Muestra

El tipo de muestra retomada fue no probabilística por conveniencia, porque cumplen con las mismas características (Seguidores de página de Instagram del emprendimiento Mars Artist Nicaragua). Se tomó como referente 40 personas que siguen el emprendimiento en Instagram, a quien se aplicó la encuesta.

7.5. Métodos y Técnicas

Técnicas

Las técnicas que se utilizaran para esta investigación forman parte del enfoque de investigación mixta, por lo tanto, se aplicará encuestas (cuantitativa) a la muestra seleccionada y entrevista (cualitativa) a la persona dueña del emprendimiento Mars Artist Nicaragua quien detallara sobre el uso que desarrolla por medio de Instagram, mostrando su efectividad del negocio. Asimismo, una persona clave del Ministerio de Economía Familiar Comunitaria Cooperativa y Asociativa (MEFCCA), por el cual, nos aportará desde su punto de vista la importancia del uso adecuado de las redes sociales para los emprendimientos, esto servirá para la recolección de datos necesarios de un análisis.

Métodos

Método de triangulación

Creswell (2008) aduce que la investigación mixta permite integrar, en un mismo estudio, metodologías cuantitativas y cualitativas, con el propósito de que exista mayor comprensión acerca del objeto de estudio.

Plan de Tabulación y Análisis Estadístico de los Datos

Partiendo de los datos recolectados, se elaborará una base de datos necesarios, utilizando el Software Excel para Windows. Una vez terminado la realización del control de la base de datos registrados, se efectuará el análisis de datos estadísticos pertinentes. Conforme a la

naturaleza de cada una de las variables (cuantitativas o cualitativas) y guiados por el compromiso definido en cada uno de los objetivos específicos, fueron realizados los análisis descriptivos correspondientes a las variables nominales y/o numéricas, entre ellos: (a) El análisis de frecuencia, (b) las estadísticas descriptivas según cada caso. Además, se construyeron gráficos del tipo: (a) pastel o barras.

También, se utilizará el programa de Word para Windows para realizar una matriz de análisis para la entrevista a realizar a los distintos personajes claves para recolectar la información necesaria para la investigación.

Método bibliográfico

Por medio de las variables del tema, se realizaron los objetivos a alcanzar para esta investigación, por medio de estas mismas se realizó un bosquejo como referencia para la elaboración del marco teórico, se citó en diversos libros electrónicos, artículos científicos, tesis de investigación, blogs, etc. Para la construcción teórica del tema.

Matriz de operación de variables (MOVI)

| Objetivo | Variable | Definición | Indicador | Instrumento |
|--|--|--|--|-------------------------|
| Analizar las estrategias de comunicación digital y posicionamiento para el emprendimiento de Mars Artist Nicaragua a través de la red social Instagram durante el segundo semestre de 2023 | Formulación de estrategias de comunicación Digital y posicionamiento | Es una herramienta, que forma parte del plan de marketing o del plan de social media de la empresa. | Valorar la situación Mars Artist Nicaragua en el desarrollo de estrategias de comunicación digital, para obtener un mejor posicionamiento. | - Entrevista y encuesta |
| Identificar el uso que otorga el emprendimiento Mars Artist Nicaragua a Instagram como herramienta de comunicación digital y expansión durante el segundo semestre de 2023 | - Herramienta de comunicación digital - Expansión | Es una herramienta que permite trabajar de manera colaborativa entre las personas y que reúne la información y las herramientas adecuadas para hacer su trabajo. Además, facilita su acceso desde un ordenador o aplicación móvil. | Proponer ideas para obtener un mejor uso a las distintas herramientas que ofrece Instagram en comunicación digital. | - Encuesta |
| Explicar la efectividad de la red social Instagram para el emprendimiento Mars Artist Nicaragua en la difusión de información y publicidad durante el | - Efectividad - Difusión de información y publicidad | “Es la expresión que mide la capacidad o cualidad de la actuación de un sistema o sujeto económico para lograr el cumplimiento de un objetivo determinado, minimizando el empleo de | Canalizar estrategias que nos expresa para mejorar el uso de Instagram para Mars Artist Nicaragua. | - Encuesta y entrevista |

| | | | | |
|---|------------------------|---|---|-------------------------|
| segundo semestre de 2023 | | <p>recursos” (Fernández-Rios y Sánchez, 1997).</p> <p>La difusión de información como el proceso por el cual se transmite al usuario la información que necesita o en darle la posibilidad de obtenerla. Se trata de una operación documental de salida.</p> <p>Para (Stanton, Etzel, & Walker, 2007), definen la publicidad como "una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos (p. 552).</p> | | |
| Describir el posicionamiento del emprendimiento Mars Artist Nicaragua como modelo de desarrollo para nuevos emprendedores durante el segundo semestre de 2023 | - Modelo de desarrollo | Un modelo es "una representación simplificada de la realidad en la que aparecen algunas de sus propiedades" (Joly, 1988:111). El modelo reproduce solamente algunas propiedades del objeto o sistema original que queda representado por otro objeto o | Formular mecánica misma de estrategia para nuevos emprendimientos para un mejor desarrollo en el mercado digital. | - Encuesta y entrevista |

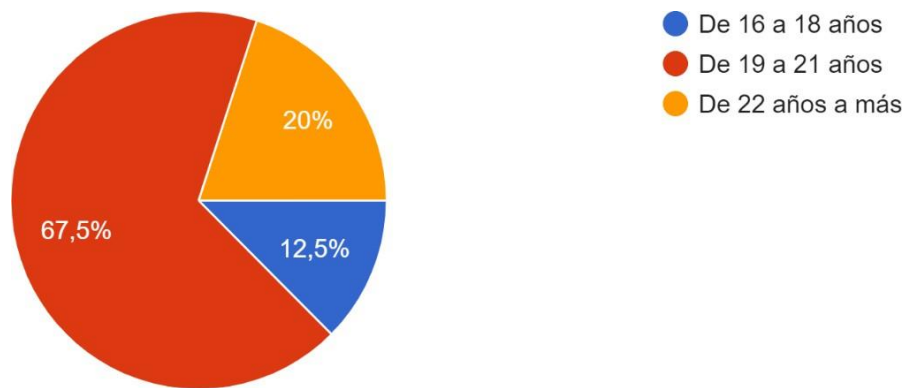
| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | <p>sistema de menor complejidad.</p> <p>De acuerdo con Dubois (2002:1) el desarrollo “Es un concepto histórico, lo que quiere decir que no tiene una definición única”, es decir, puede definirse desde múltiples perspectivas que dependen del estilo de pensamiento y de las dimensiones consideradas en los estudios específicos.</p> | | |
|--|--|--|--|--|

VII. Análisis de Resultados

El presente análisis se realizó con el objetivo de obtener datos para distinguir el posicionamiento que tiene el emprendimiento Mars Artist Nicaragua entre sus seguidores en Instagram, para realizar una estrategia conforme al estudio realizado, fortalecer sus logros alcanzados y consolidar las oportunidades encontradas.

Figura 1

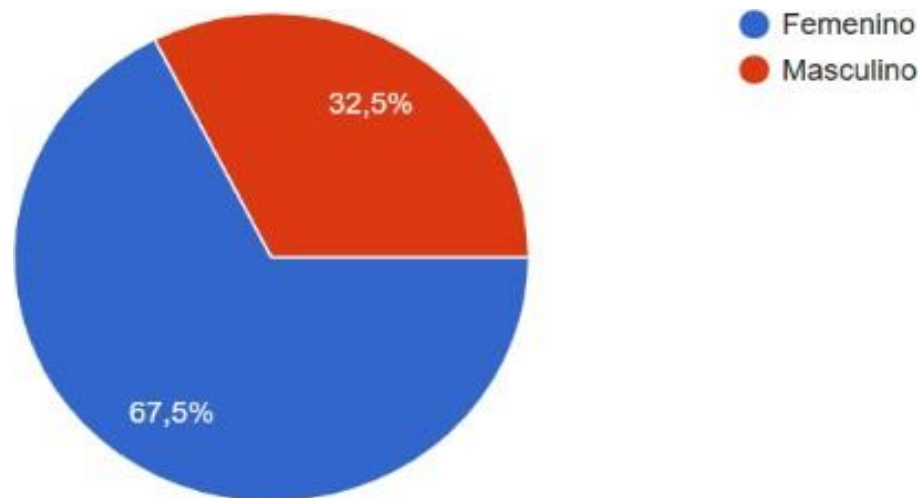
Edad



En relación con la variable de edad, el 67.5% de los encuestados son del rango de edad de 19 a 21, mientras que el 20% es de 22 a más y un 12.5 % de 16 a 18. Es evidente que el público del emprendimiento Mars Artist Nicaragua son jóvenes siendo una característica esencial para el mercado digital, ya que en su mayoría son ellos los que usan las redes sociales.

Figura 2

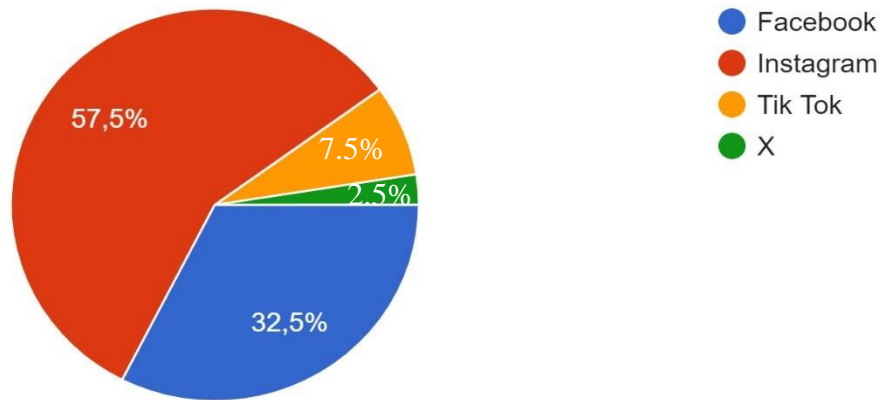
Variable Sexo



Según la variable del sexo, un 67.5% son mujeres, y un 32,5% hombres, lo que quiere decir que son mujeres el público consumidor de Mars Artist Nicaragua, debido que este tipo de público son más detallistas en las fechas especiales con su entorno social, además que la naturaleza del emprendimiento Mars Artist Nicaragua está enfocado en ofrecer productos personalizados en fechas especiales como el día de la mujer, día de la madre, el día del padre, aniversario de bodas, cumpleaños, etc.

Figura 3

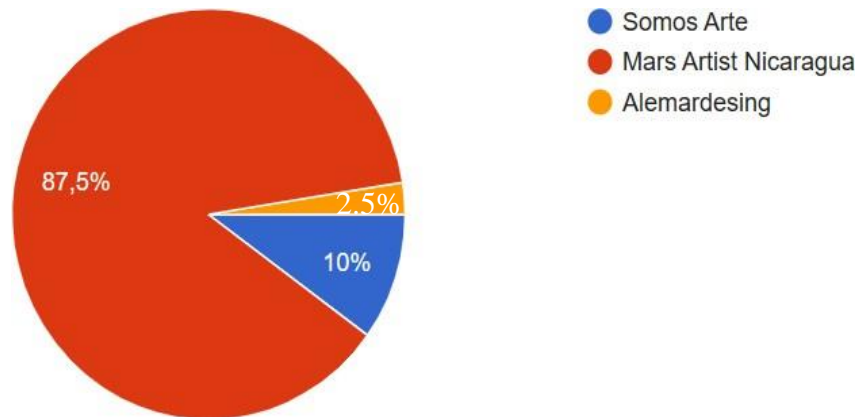
Qué red social utilizas constantemente para adquirir un producto de tu interés



Con respecto a la red que utilizas para adquirir un producto. El 57.5% expresó que es a través de Instagram, un 32.5% Facebook, otro 7.5% Tik Tok y un 2.5% X. Esto significa que la red social que más usan los usuarios es Instagram, por consiguiente, podemos afirmar que el público de este emprendimiento usa más Instagram. Según Espinales dijo que, si mi emprendimiento dentro del análisis que el target está más dirigido a la red social de Facebook, pues va a Facebook, de igual forma si el emprendimiento veo que está dirigido más a Instagram, pues va a Instagram. El emprendimiento no es ley que la red social más impulsada para los emprendimientos sea el Instagram, sino también analizar desde antes cuál es mi tipo de target, a qué target me quiero dirigir (Comunicación Personal, 30 octubre 2023)

Figura 4

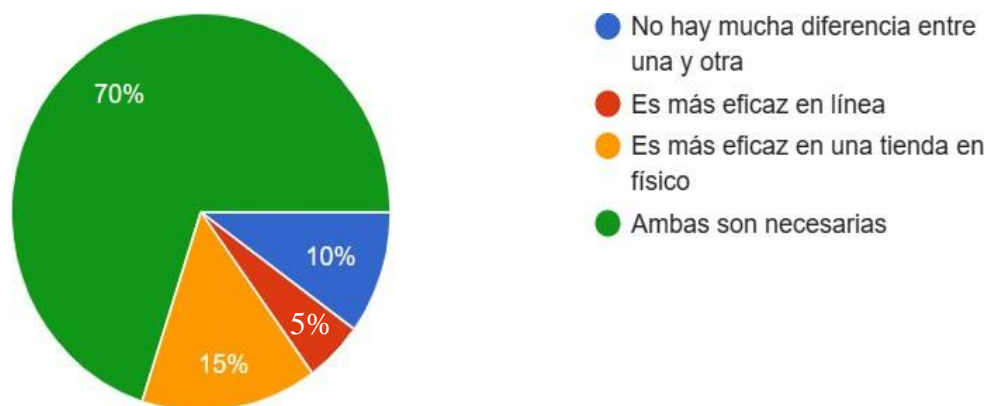
Emprendimiento que tengo en mente cuando quiero dar un detalle especial a una persona



Con relación al posicionamiento de un emprendimiento que tienen las personas al momento de comprar un regalo especial hacia una persona obtenemos lo siguiente, un 87.5% escogen a Mars Artist Nicaragua, un 10 % a Somos Arte y un 2.5% a Alemardesing, por el cual visualizamos que Mars Artist Nicaragua está posicionado dentro de sus seguidores ante la competencia. Según Morales dijo ha incrementado las demandas debido a que varias personas tienen la accesibilidad de ver los productos que publicamos en la página. Pero, las personas siempre quieren ver los trabajos pasados que se elaboran. (Comunicación Personal, 30 octubre 2023)

Figura 5

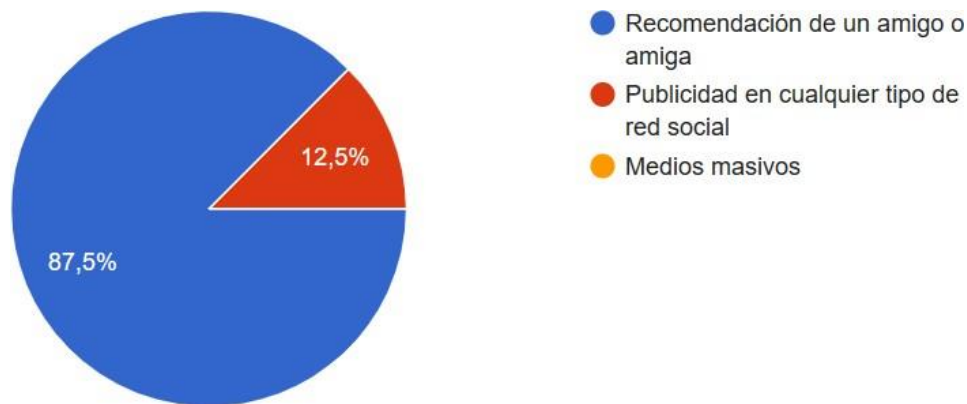
Diferencia en ir a una tienda físico o una que solamente sea en línea por medio de las redes sociales



En relación con la diferencia en ir a una tienda en físico o una tienda que solo se encuentra en línea por medio de la social media el 70% dijo que ambas son necesarias, el 15% dicen que es más eficaz una tienda en físico, un 10% menciona que no hay mucha diferencia entre una y la otra y el 5% dice que es más eficaz en línea, a lo que se sobre entiende que es más eficiente tener presencia con una tienda en físico con permanencia en redes sociales. Para Morales menciona que, entre más uno promocioe los productos, vas a tener mucho mayor alcance, porque saben las personas que tu cuenta está activa, que está funcionando, que está vendiendo y tienen el conocimiento de que pueden obtener los productos de uno, en el posicionamiento del mercado, si uno no publica yo siento que no vendes. (Comunicación Personal, 30 de octubre 2023) por el cual visualizamos la importancia de tener presencia en redes sociales. También Espinales destaca lo siguiente, las tendencias digitales realmente es una importante herramienta que facilita hacer las compras, es decir, ahora simplemente haces un click en enviar o quizás adquirir el producto a través de la parte virtual y sencillamente lo vas a adquirir. Antes no, era de nuestro conocimiento que teníamos que poder coger un teléfono y poder llamar para que el servicio, el producto llegara hasta la casa, ¿verdad? Entonces ahora no, desde las redes sociales podemos ver cómo las tendencias digitales nos han ayudado, y no solamente eso, sino también la imagen e identidad de la marca. (Comunicación Personal, 30 de octubre 2023)

Figura 6

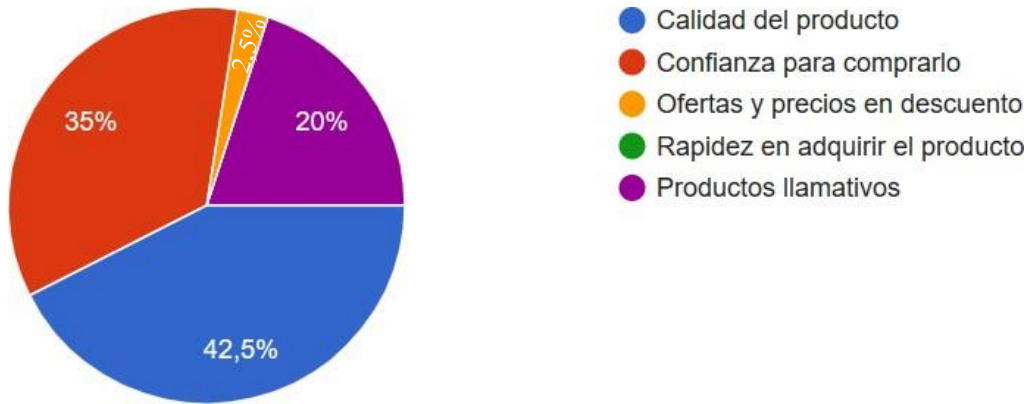
Cómo te enteraste del emprendimiento Mars Artist Nicaragua situado en Instagram



En relación de cómo se enteraron de Mars Artist Nicaragua, un 87.5% de los encuestados dijeron que fue por recomendación de un amigo, un 12.5% por medio de una publicidad en alguna red social, por el cual acá se alude a lo que se dice que no hay mejor publicidad que la de boca en boca. La forma de enterarse fue por recomendaciones de los clientes del emprendimiento a partir de las experiencias al momento de adquirir un producto de su conveniencia.

Figura 7

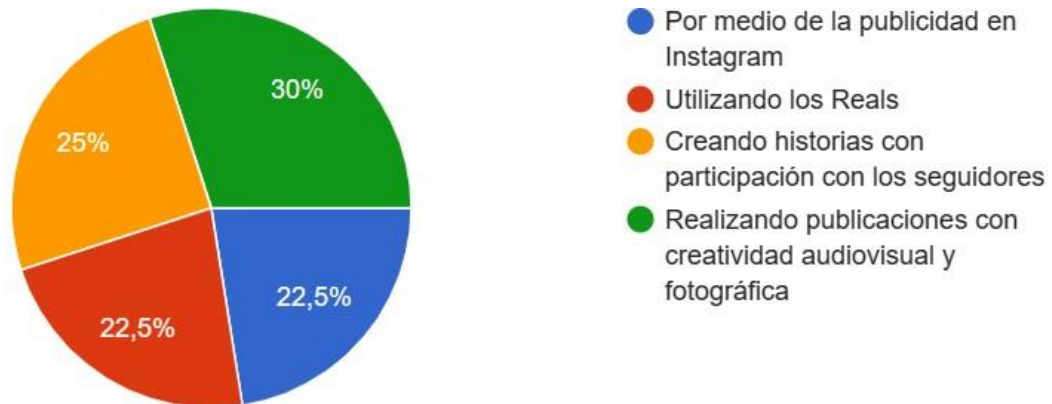
El motivo que tienes en mente cuando compras un producto en Mars Artist Nicaragua



Con respecto al motivo que tienen los consumidores al momento de comprar un producto en Mars Artist Nicaragua, se obtuvo un 42.5% que piensan en la calidad del producto, un 35% es la confianza que tienen para comprarles, un 20% por sus productos llamativos y un 2.5% por sus ofertas y precios en descuentos, por el cual esto demuestra que primeramente Mars Artist Nicaragua ofrece a sus clientes productos de calidad siendo un atributo de posicionamiento de su emprendimiento, de esta manera creo confianza al momento de comprar un producto.

Figura 8

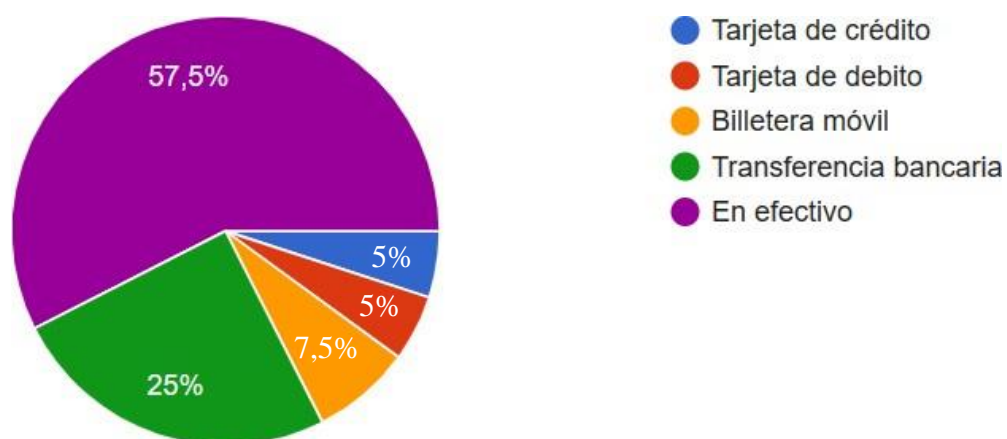
La forma más apropiada para promocionar y expandir los productos del emprendimiento Mars Artist Nicaragua por medio de Instagram



En relación de la forma más apropiada de promocionar y expandir los productos de Mars Artist Nicaragua a través de Instagram se obtuvo lo siguiente, un 30% dice que realizando publicaciones con creatividad audiovisual y fotográfica, un 25% creando historias con participación con los seguidores, y un 22,5% el utilizar Reels y publicidad de Instagram, por lo tanto es importante el ser creativo al momento de elaborar contenido comunicacional, para que así sea mayor atractivo para los clientes consumidores situados en Instagram, y así otras personas se vean interesadas en adquirir un producto, de igual manera, es importante tener presente el utilizar estratégicamente las distintas herramientas que esta misma ofrece, para que así expandirse a más lugares. Según Morales menciona que, estaría dispuesta a implementar estrategia de comunicación digital, porque así tendría mucho más alcance de personas que podrían ver el emprendimiento, de que estarían interesadas en los productos que ofrecemos y así mejorar la calidad del servicio que tenemos. (Comunicación Personal, 30 de octubre de 2023)

Figura 9

La forma de pago al momento de comprar en línea



En relación a la forma de realizar el pago al momento de comprar en línea, se obtiene un 57.5% que pagan en efectivo, un 25% por medio de transferencia bancaria, un 7.5% a través de la billetera móvil, un 5% en pago de tarjeta de crédito o con tarjeta de débito, esto quiere decir que las personas sienten confianza en realizar el pago de un producto en efectivo, porque tienen mayor confianza al momento de hacerle llegar el pago al emprendimiento escogido, sin embargo los emprendimientos tienen que trabajar en ambos sistemas de pagos, puesto que estos resultados hay usuarios que prefieren en efectivo y en línea.

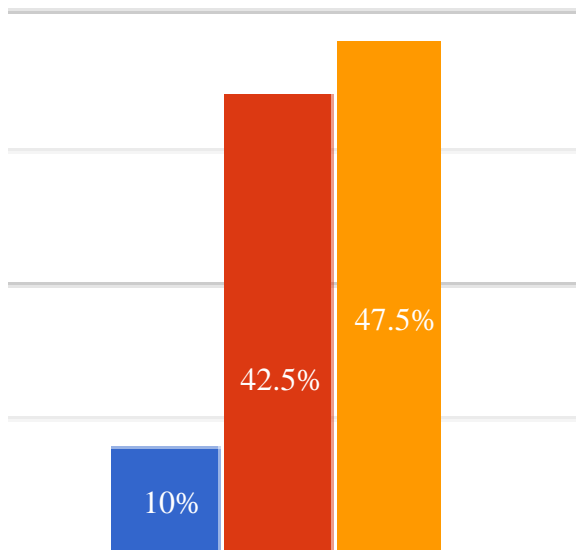
03. En desacuerdo con lo expresado

02. Indiferente (ni estoy de acuerdo ni en desacuerdo), o no sé

01. De acuerdo con lo expresado

Figura 10

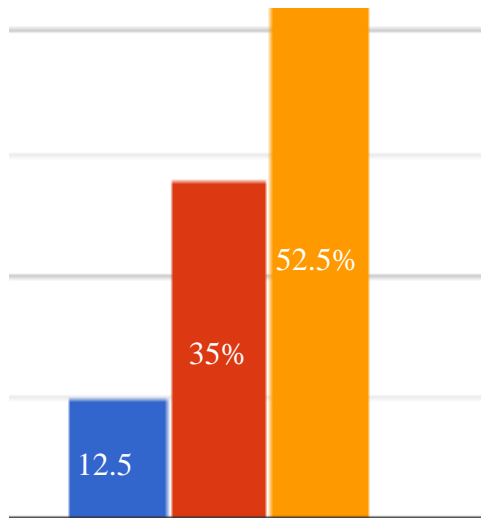
Comprar en línea por medio de las distintas aplicaciones como Instagram, Tik Tok o Facebook es importante para mí



En relación con la importancia de los consumidores al momento de comprar ya sea por Instagram, Tik Tok o Facebook, un 47.5% está de acuerdo, un 42.5% dicen que le es indiferente y un 10% están en desacuerdo, de tal modo quiere decir que es importante que estas tengan un vínculo, porque así se va obteniendo mayor alcance y se venden más productos. Para Morales dijo que, creo que es importante tener otras aplicaciones en donde posicionar los productos, porque así también puede llegar a muchas más personas. (Comunicación Personal, 30 de octubre de 2023)

Figura 11

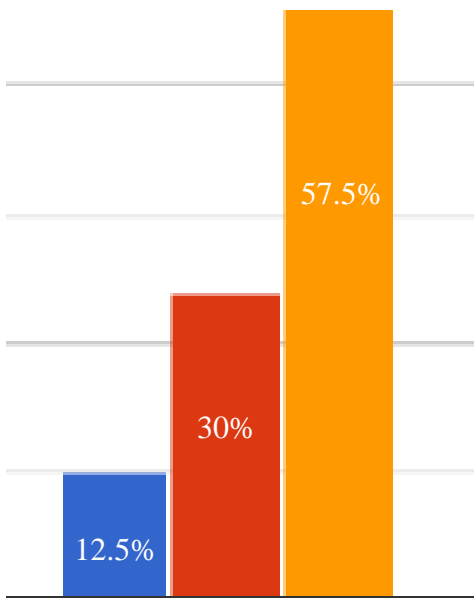
Comprar por medio de Instagram cumple con los parámetros de atención al cliente



En relación si Instagram cumple con los parámetros de atención al cliente, un 52.5% están de acuerdo que, si lo es, un 35% dijeron que están indiferentes y con 12.5% que están desacuerdo con esto, por lo tanto, Instagram es una aplicación adecuada para atender a los clientes y cumplir con todas las necesidades para atender por parte del emprendimiento a sus consumidores.

Figura 12

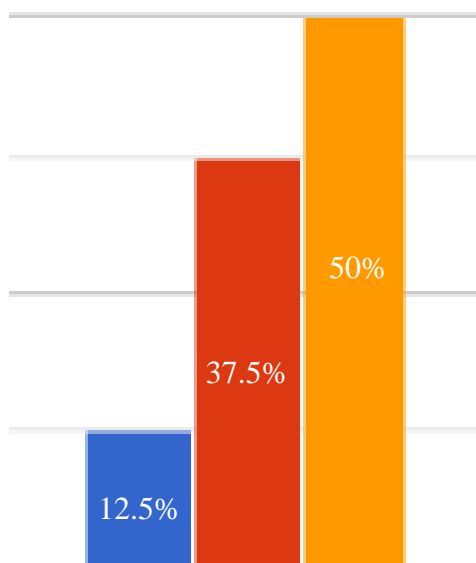
Instagram es la mejor aplicación para publicidad, difusión y compra de productos



En relación en que Instagram es la mejor aplicación para publicidad, difusión y compras de productos, un 57.5% de los encuestados dijeron que están de acuerdo, un 30% que les parece indiferente y en un 12.5% que están en desacuerdo, esto quiere decir que Instagram es la mejor red social para el desempeño de estrategias publicitarias para llegar con eficiencia hacia nuestro público.

Figura 13

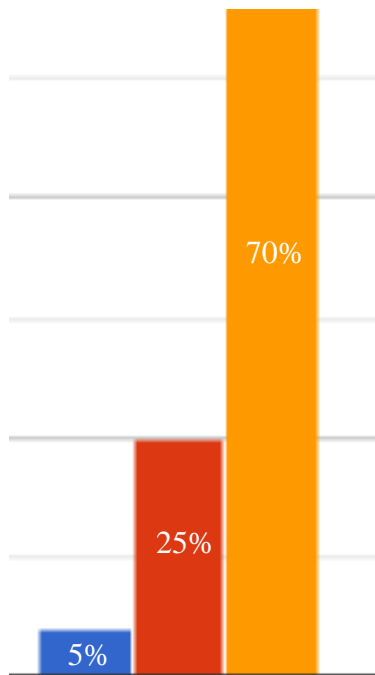
Comprar a través de Instagram es súper eficiente adquirir el producto necesario



Con relación a lo súper eficiente que es adquirir un producto por medio de Instagram, un 50% están de acuerdo con esto, un 37.5% están indiferentes y con 12.5% están en desacuerdo, por lo tanto, Instagram es la social media con mayor desempeño dentro del mercado digital en la difusión y posicionamiento de un producto con los distintos usuarios.

Figura 14

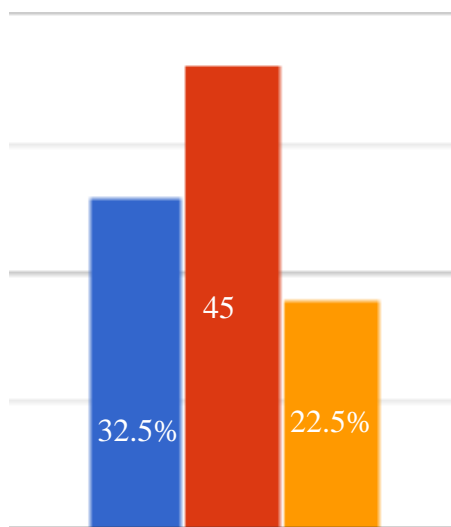
Tik Tok vinculado a Instagram expande los emprendimientos en desarrollo



En relación con Tik Tok vinculado a Instagram expande el emprendimiento en desarrollo, un 70% están de acuerdo, un 25% dijeron estar indiferente y un 5% están en desacuerdo, por lo tanto es importante mantener toda cuenta de un emprendimiento vinculado a Tik Tok, debido a que en esta misma es más rápido obtener muchas visualizaciones, mostrando intriga por el usuario entrando al perfil en Tik Tok, y este mismo guiarlo a la cuenta en Instagram para obtener mayor alcance y demanda en los productos. Según Espinales dijo Instagram es una herramienta útil para el mercado digital. (Comunicación Digital, 30 de octubre de 2023)

Figura 15

Comprar en línea me da seguridad de la calidad del producto

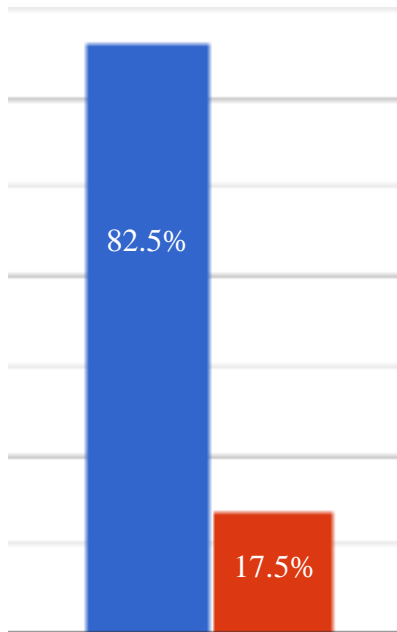


En relación con comprar en línea me da seguridad de la calidad del producto, un 45% dijo estar indiferente, un 32.5% están en desacuerdo y en un 22.5% están de acuerdo, de tal modo todo usuario es capaz de identificar qué cosas están bien o mal para poder identificar un peligro en las redes sociales. Por el cual, al ser una pregunta formulada de forma general y no especificada, obtenemos que Mars Artist es una página que brinda confianza a sus clientes de la calidad de sus productos.

Figura 16

Obtener los productos que desee en Instagram es la mejor forma de compra

■ Si ■ No

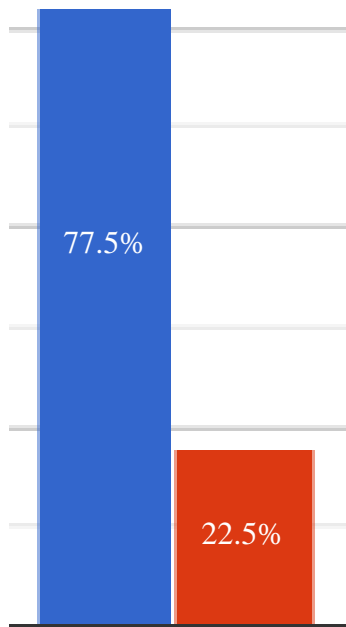


En relación con obtener los productos que desee por medio de Instagram es la mejor compra, un 82.5% dijo que si y un 17.5% dijo que no, esto quiere decir que Instagram es una aplicación acondicionada para cualquier emprendedor que desee innovar y superarse en la vida. Para Cabrera de Llanos (2019) menciona que Instagram “sirve como una de las herramientas principales de publicidad y marketing digital e influyente a múltiples organizaciones y marcas”.

Figura 17

Comprar en Instagram me da satisfacción en la acción que realice

■ Si ■ No

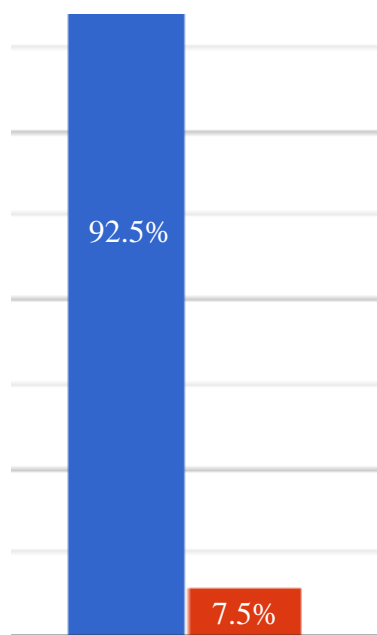


En relación con comprar en Instagram me da satisfacción, en un 77.5% dicen que sí y en un 22.5% dicen que no, quiere decir que Instagram es una aplicación que da gusto informarse y buscar el producto deseado por el usuario. Según Cabrera de Llanos (2019), “además, desde el ámbito de la comunicación y el marketing, consideramos que nos encontramos ante un nuevo canal de venta que está emergiendo y al que se le auguran buenos resultados”.

Figura 18

Es más rápido adquirir en línea el producto que necesite

■ Si ■ No

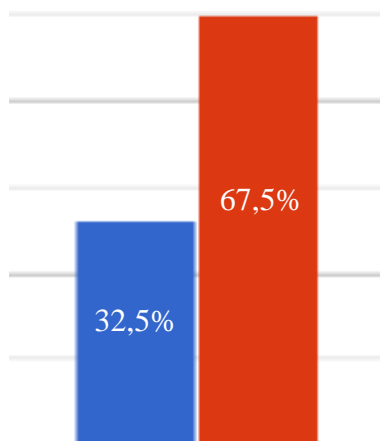


En relación que es más rápido adquirir un producto en línea que necesite, el 92.5% de los encuestados dijeron que si y un 7.5% dijo que no, por consiguiente, el internet es muy fundamental actualmente, porque es más rápido adquirir con unos cuantos click sin necesidad de acomplejarse tanto cuando tratamos de adquirirlo. Según Espinales menciona que, las tendencias digitales es una importante herramienta que facilita también hacer las compras, es decir, ahora simplemente haces un click en enviar o quizás adquirir el producto a través de la parte virtual y sencillamente lo vas a adquirir. Antes no, realmente sabíamos que teníamos que poder coger un teléfono y poder llamar para que el servicio, el producto llegara hasta lacasa, ¿verdad? Entonces ahora no, ahora desde las redes sociales podemos ver cómo las tendencias digitales nos han ayudado. (Comunicación Personal, 30 de octubre 2023)

Figura 19

Comprar en línea me hace sentir mejor que una tienda física

■ Si ■ No

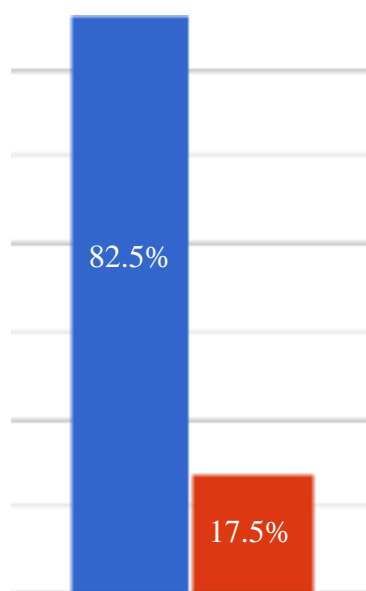


En relación con comprar en línea me hace sentir mejor que en una tienda en físico, se obtuvo un 67.5% dijeron que no y con un 32.5% dijeron que si, esto quiere decir que las personas se sienten más augustas comprando y visualizando mejor el producto deseado para mayor seguridad con el producto deseado, y los que están a favor es por la falta de tiempo para poder tomarse el tiempo de llegar a la tienda y por ello lo hacen simplemente en línea.

Figura 20

Los emprendedores que usan Instagram para vender y promocionar un producto la utilizan correctamente

■ Si ■ No

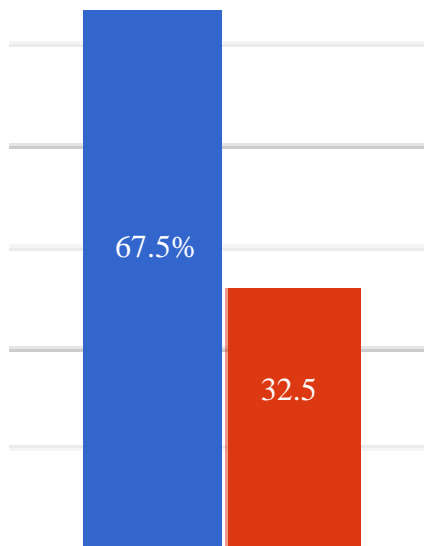


En relación con los emprendedores que usan Instagram para vender y promocionar un producto lo utilizan correctamente, un 82.5% dijo que si y un 17.5% dijo que no, por lo tanto, los emprendedores van aprovechando cada herramienta que ofrece esta red social para la satisfacción de los clientes. El Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional por medio de su libro Plan Nacional de lucha contra la pobreza y para el desarrollo humano (2022-2026) plantea que tiene como objetivo central el crecimiento económico y la reducción de la pobreza, como elementos adhesivos al desarrollo económico y social de la nación. (p. 64) Por medio de las instituciones capacitan a los emprendedores asociados con cada una de estas, para el desarrollo estratégico, tecnológico y social.

Figura 21

Comprar en línea te da beneficio

■ Si ■ No

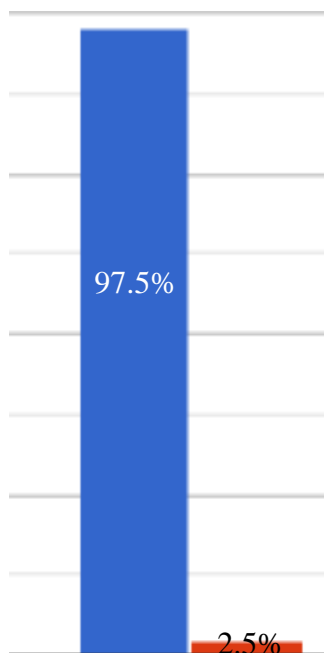


En relación con comprar en línea te da beneficio, un 67.5% dijo que si y un 32.5% dijo que no, por el cual existen muchos beneficios al adquirir un producto en línea, a como es el delivery, pagos rápidos, las promociones y descuentos, etc.

Figura 22°

Instagram es una herramienta útil para el mercado digital

■ Si ■ No



En relación con Instagram es una herramienta útil para el mercado digital, un 97.5% dijo que si y un 2.5% dice que no, por lo tanto, Instagram es muy fundamental para posicionarse, expandirse y vender sus productos en el mercado digital. Según Lavagna (2018), “Las fotografías y los vídeos son el tipo de contenido que consigue mejor respuesta en redes sociales”. Para Solana y Castro (2018) “la creación de una identidad digital en las redes sociales profesionales que sea la tarjeta de presentación virtual de la empresa y que permita desarrollar su presencia en internet”.

FODA

| | |
|--|---|
| <p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">· Posicionado entre sus seguidores en Instagram.· Comunidad de consumidores jóvenes.· Calidad de los productos.· Confianza con sus clientes. | <p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">· No tiene vinculación con otra red social.· No es creativo al momento de promocionar sus productos en Instagram.· No poseen una tienda en físico. |
| <p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">· Utilizar las herramientas que ofrece Instagram.· Aprovechar el público joven, ya que es más fácil difundir la información.· Expandir sus productos en el mercado.· Estar posicionado en el mercado. | <p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">· Perder clientes potenciales que están vinculados con otras redes.· Pone en riesgo la interacción y el alcance con sus clientes.· Desaprovechar el cliente tradicional que no maneja la tecnología. |

Análisis de entrevista

Uso de la red social Instagram como herramienta de comunicación digital y expansión

| | |
|-------------------|--|
| Objetivo | Identificar el uso que otorga el emprendimiento Mars Artist Nicaragua a Instagram como herramienta de comunicación digital y expansión durante el segundo semestre de 2023 |
| Nathaly Morales | Según la entrevistada considera que es una herramienta sencilla y fácil de utilizar para poder comprar productos. |
| Keyling Espinales | La entrevistada menciona que cada emprendimiento tiene que hacer un análisis de target. Es decir, si el emprendimiento sirve más para YouTube, tengo que enmarcar mi emprendimiento a YouTube, si mi emprendimiento se encuentra del análisis que el target está más dirigido a la red social de Facebook, estará dirigido a Facebook, igualmente sucede con Instagram, no es necesario que los emprendimientos sean impulsados por Instagram, sino también analizar desde antes cuál es mi tipo de target, a qué target me quiero dirigir, qué es lo que quiero ofrecer, y sobre todo a raíz de este tipo de preguntas yo voy a poder saber qué tipo de red social me sirve a mí para poder yo posicionar esta marca en la mente del consumidor |

Efectividad de la red social Instagram

| | |
|-----------------|--|
| Objetivo | Describir la efectividad de la red social Instagram para el emprendimiento Mars Artist Nicaragua en la difusión de información y publicidad durante el segundo semestre de 2023 |
| Nathaly Morales | La entrevistada expuso que Instagram es una de las redes sociales que más se utiliza hoy en día entre la edad de 18 a 30 años, quiere decir que esa es la segmentación de personas a las que yo me dirijo. |

El posicionamiento del emprendimiento como modelo de desarrollo para nuevos emprendedores

| | |
|-------------------|--|
| Objetivo | Describir el posicionamiento del emprendimiento Mars Artist Nicaragua como modelo de desarrollo para nuevos emprendedores durante el segundo semestre de 2023 |
| Nathaly Morales | Según la entrevistada desde que ha incrementado las demandas debido a la accesibilidad de varias personas de ver los productos que publicamos en la página, de tal modo es mucho más fácil ver lo que uno realiza, es decir, las personas siempre quieren ver los trabajos pasados que se elaboran. |
| Keyling Espinales | Para la entrevistada un emprendimiento posicionado es prácticamente cuando ya el producto está posicionado dentro de la mente del consumidor, siempre estamos tratando de posicionar a los emprendedores que llevan un largo proceso, desde las inscripciones, desde que el compañero que tiene alguna idea innovadora pueda llegar al ministerio y poder también adquirir esta información para que pueda también pueda llevarse a cabo, no solamente como una idea de emprender, sino también como una idea de poder proyectar este producto o bien este servicio. |

IX. Conclusiones

Una vez analizados los instrumentos de investigación de las entrevistas y encuestas de la presente investigación, denominada Estrategias de comunicación digital y posicionamiento para el emprendimiento de Mars Artist Nicaragua a través de la red social Instagram durante el segundo semestre de 2023 se llegó a las siguientes conclusiones:

- En el emprendimiento Mars Artist Nicaragua hace uso de las herramientas de Instagram como publicaciones con creatividad audiovisual y fotográfica, el crear historias con participación con los seguidores, recrear reels y publicidad de Instagram.
- La efectividad de la red social Instagram es positiva para el emprendimiento Mars Artist Nicaragua, debido que ha incrementado las demandas puesto que varias personas tienen la accesibilidad de ver los productos que se publican en la página.
- El emprendimiento Mars Artist Nicaragua está posicionada dentro de sus seguidores en Instagram, asimismo, tienen esa relación de confianza y seguridad con la calidad de los productos que esta ofrece para sus clientes, esto es una fortaleza que ayudará a seguir creciendo dentro del mercado digital y entre su competencia.
- Durante esta investigación se destaca el acompañamiento que realiza el estado de Nicaragua a los emprendimientos que están inscritos desde las distintas instituciones enfocados a los emprendedores con el propósito de promover la economía solidaria.

X. Recomendaciones

- Al emprendimiento Mars Artist Nicaragua tiene que hacer un buen uso de la red social Instagram, para la divulgación y venta de los productos, para esto debe de tener un personal dentro del emprendimiento para trabajar el área de comunicación.
- El emprendimiento Mars Artist Nicaragua busqué asesorías en las instituciones del estado de Nicaragua que promueven el emprendimiento.
- El emprendimiento Mars Artist Nicaragua debe de ejecutar la estrategia de comunicación digital que se propone a partir de esta investigación.

XI. Estrategia de Comunicación Digital

a. Objetivo General

Crear estrategias de comunicación digital para el emprendimiento Mars Artist Nicaragua para mejorar su posicionamiento a nivel nacional, durante el segundo semestre del año 2023.

b. Objetivo Específicos

1. Realizar actividades que favorezca el posicionamiento del emprendimiento Mars Artist Nicaragua.
2. Elaborar un plan de comunicación digital enfocado en redes social para el emprendimiento Mars Artist Nicaragua.
3. Implementar la creativa en los productos comunicacionales que se publica en la red social de Instagram

c. Publico Meta

El público meta serán las mujeres, porque los seguidores del emprendimiento Mars Artist Nicaragua son de este género, ya que las mujeres son más detallistas en los días especiales con su entorno social, siendo ellas más interactivas en las redes sociales, por el cual esto servirá como divulgación de la información hacia los demás.

d. Definir Mensajes

El mensaje de esta estrategia es expandir y lograr posicionarse a nivel nacional con los distintos productos de Mars Artist Nicaragua, además de divulgar la calidad de los productos, también la importancia de ser detallista hacia esa persona especial de su entorno social en días especiales.

e. Estrategias

| Objetivo | Estrategia | Táctica | Descripción de la táctica |
|---|--|--|--|
| Implementar la verificación de la cuenta en Instagram del emprendimiento Mars Artist Nicaragua. | Verificar la cuenta del emprendimiento Mars Artist Nicaragua en Instagram. | Verificar la cuenta de Mars Artist Nicaragua para crear confianza con los clientes. | Es importante verificar la cuenta, porque se posicionaría más rápido entre otras cuentas que puedan tener un nombre similar a este, y al momento de su búsqueda y ser visualmente verificada, creará confianza con el usuario. |
| Realizar actividades que favorezca el posicionamiento del emprendimiento Mars Artist Nicaragua. | Fortalecer el marketing digital del emprendimiento Mars Artist Nicaragua. | Explotar las herramientas que tiene Instagram para un mejor posicionamiento al público meta. | Hacer campañas publicitarias utilizando las herramientas que tiene Instagram como: reals, |

| | | | |
|--|---|---|---|
| | | | historias, encuestas, publicaciones de videos y fotos creativas. |
| Elaborar un plan de comunicación digital enfocado en redes sociales. | Consolidar los vínculos de comunicación digital con los clientes potenciales. | En el plan de comunicación se trabajará desde la cuenta de Instagram que tiene el emprendimiento creando un perfil en Tik Tok y Facebook, | El fin de trabajar en las distintas redes sociales es para aprovechar las herramientas que ofrecen estas en sus plataformas digitales y así tener |

| | | | |
|---|--|--|--|
| | | para aprovechar las herramientas que estas ofrecen para fortalecer la cuenta principal en Instagram. | un mayor alcance y seguidores para la cuenta del emprendimiento en Instagram. |
| Implementar la creativa en los productos comunicacionales que se publica en la red social de Instagram. | Desarrollar diseños de artes visuales de los productos que ofrecen el emprendimiento Mars Artist Nicaragua. | Crear un catálogo digital innovador para promocionar los productos del emprendimiento Mars Artist Nicaragua. | Es importante ser más creativo al momento de crear contenido, porque esto mantendrá a la comunidad activa con el perfil empresarial, asimismo, analizar todo aquello que se encuentre en tendencia, utilizar ese tipo de contenido, para que sea entretenido por los seguidores. |
| Inscribir el emprendimiento Mars Artist Nicaragua en un Ministerio gubernamental para emprendedores. | Inscribirse a un Ministerio para emprendedores, para obtener un mejor posicionamiento en el mercado nacional de emprendedores. | Presentarse al Ministerio que apoya a emprendedores para saber todos los requisitos que necesita para formar parte y obtener el acompañamiento de este para distintas actividades como | Es necesario que el emprendimiento se encuentre acompañado por una delegación para emprendedores como el MEFCCA, Nicaragua Emprende, entre otros, para obtener una mejor promoción y posicionamiento en el mercado. |

| | | | |
|--|--|-------------------------------|--|
| | | ferias, eventos, entre otros. | |
|--|--|-------------------------------|--|

f. Indicadores de Evaluación

| Objetivos | Criterio | Medida | Valor Meta | Verificación de medios | Responsable |
|---|--|--|----------------------|------------------------|---------------------------------|
| Realizar actividades que favorezca el posicionamiento | Con el diseño de la campaña considerar | Diseñara promociones cada mes del año. | 90 % aproximadamente | Redes sociales | Propietaria del emprendimiento. |

| | | | | | |
|---|---|--|----------------------|----------------|---------------------------------|
| del emprendimiento Mars Artist Nicaragua. | hacer promociones según las temporadas del año. | | | | |
| Elaborar un plan de comunicación digital enfocado en redes social. | Presencia digital en las redes sociales: Instagram, Tik Tok y Facebook. | Crear contenido para cada una de las redes sociales. | 90 % aproximadamente | Redes sociales | Propietaria del emprendimiento. |
| Implementar la creativa en los productos comunicacionales que se publica en la red social de Instagram. | Artes visuales usando distinto programas de diseño gráfico. | Publicación de artes visuales de manera semanal. | 90 % aproximadamente | Redes sociales | Propietaria del emprendimiento |

g. Presupuesto

| Rubro | Costo | Total |
|--|------------|-------------------|
| Administrador de redes | C\$ 8,000 | C\$ 8,000 |
| Un celular de alta gama y con buena cámara para la creación de contenido en las redes sociales | C\$ 12,000 | C\$ 12,000 |
| Computadora | C\$ 6,000 | C\$ 6,000 |
| Programas de Adobe (Premier Pro, After Effects, Photoshop e Ilustrador) | C\$ 5,000 | C\$ 5,000 |
| Total | | C\$ 31,000 |

h. Conclusiones

En síntesis, obtenemos que es muy importante tener un especialista en la administración de redes sociales, para la creación de contenido, actividades para actividades de temporada, contenido creativo y atractivo, y manejo de los programas de edición de Adobe (Premier Pro, After Effects, Photoshop e Ilustrador), para el emprendimiento Mars Artist Nicaragua.

XII. Referencias

- Amanquez, D. & Perchik, N. (2021). *La utilización de Instagram como herramienta de marketing digital en las PyMES* [Tesis de Licenciatura en Administración y Gestión Empresarial, Escuela de Economías y Negocios, Universidad Nacional de San Martín]. Archivo digital.
<https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/1579/1/TFPP%20EEYN%202021%20ADE-PNY.pdf>
- Barredo Ibáñez, D., Rodrigues da Cunha, M. & Hidalgo Toledo, J. (2020). Comunicación digital, redes sociales y procesos en línea: estudios en una perspectiva comparada entre América Latina y la península ibérica. *Journal of Iberian and Latin American Research*, 26 (3), 275–283.
<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/13260219.2020.1934260>
- Baumann, H. (06 noviembre de 2021). *12 características de la comunicación digital que han creado nuevas formas de negocios*.
<https://www.crehana.com/blog/negocios/caracteristicas-de-comunicacion-digital/>
- Cabrera de Llanos, M. (2019). *Instagram: la nueva era del consumo. Análisis de la evolución de la red social*. [Grado en Publicidad y Relaciones Públicas].
<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/91914/TFGMaria%20Cabrera%20de%20Llanos.pdf?sequence=1>
- Castro, Y. y Castillo, O. (2017). *Estrategias de comunicación integrada, Estrategias de Comunicación Digital* [Seminario de graduación para optar al título de licenciados en mercadotecnia, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua]. Repositorio Institucional RIUMA. <https://repositorio.unan.edu.ni/8093/>
- Fernández, R. (6 de junio de 2023). *Instagram - Datos estadísticos*.
<https://es.statista.com/temas/5443/instagram/#topicOverview>

- Formichella, M. (enero de 2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. https://www.t-educa.cl/descargas/pdfs_portal/emprendimiento/emprendydesarrollolocal.pdf
- Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional. (2022). *Plan Nacional De Lucha Contra La Pobreza Y Para El Desarrollo Humano 2022-2026*. [PNCL-DH_2022-2026\(19Jul21\).pdf](https://pndh.gob.ni/PNCL-DH_2022-2026(19Jul21).pdf) (pndh.gob.ni)
- Hernández, Fernández y Baptista (2014). *Metodología de la investigación Sexta edición*. Mc GRAW HILL Education. [metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed \(1\).pdf](https://www.gutenberg.org/files/59882/59882-h/59882-h.pdf)
- Ibáñez, J. y Manzano, R. (18 de enero de 2008). *Posicionamiento: Elemento clave de la estrategia de marketing*. http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/posicionamiento_1563557948.pdf
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing 8va edición*. Pearson Educación México. (M. Martínez, Trad., 8va ed.). (2008). https://www.academia.edu/42228045/Kotler_P_and_Armstrong_G_2008_Fundamentos_de_marketing_8va_edici%C3%B3n_Pearson_Educaci%C3%B3n_M%C3%A9xico
- Lavagna, E. (2018) *¿Qué es Instagram, para qué sirve y cuáles son las ventajas de esta red social?*. <https://webescuela.com/que-es-instagram-para-que-sirve/>
- Lozano Torres, B., Toro Espinoza, M., y Calderón Argoti, D. (2021). El marketing digital:herramientas y tendencias actuales. *Dominio de las ciencias*, 7 (6), 907-921. <file:///C:/Users/Admin/Downloads/Dialnet-ElMarketingDigital-8383788.pdf>
- Mars Artist Nicaragua. [@mars_nic]. (23 de septiembre de 2023). *Les queremos compartir un poco de nosotros y de la esencia que caracteriza nuestro emprendimiento siempre agradecidos por elegirnos* y [fotografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Cxivn3qpbus/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng==>

- Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa [MEFCCA]. (2023). *Misión y Visión*. <https://www.economiafamiliar.gob.ni/websitemefcca-mvc/mision>
- Poiré, M., Fernández, C., Dómine, P., Módena, L., Sánchez, P., Rodríguez, M., Rolfi, B., Mussis, M., Párraga, J., Chiarenza, D., Dallavia, L. y Echave, P. (2016). *Gestión de la comunicación digital: miradas, procesos y desafíos*. [Gestion- de-la-Comunicacion-Digital.pdf \(unlp.edu.ar\)](#)
- Pursell, S. (2023). *Qué es el marketing digital, sus ventajas y tipos*. <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-marketing-digital>
- Sánchez Upegui, A. (2006). Comunicación digital: nuevas posibilidades y rigor informativo. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 17. [file:///C:/Users/Admin/Downloads/194220465006%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/194220465006%20(1).pdf)
- Solana González, P. y Castro, M. (2018). *Estrategias clave de comunicación digital en el modelo de organizaciones excelentes*. <file:///C:/Users/Admin/Downloads/Captulo33TECNOS-ANAYA.pdf>
- Torres, D. (2022). *Qué es el networking, para qué sirve y cómo funciona*. <https://blog.hubspot.es/sales/guia-networking-efectivo>
- Vélez-Romero, X. y Ortiz Restrepo, S. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. *Dominio de las ciencias*, 2 (4), 346-369. [Dialnet- EmprendimientoEInnovacion-5802889.pdf](#)
- Vercheval, S. (2022). *Las 10 ventajas del marketing digital para tu empresa*. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/ventajas-marketing-digital>
- Villacampa, O. (2021). *La importancia del marketing y sus beneficios*. <https://ondho.com/blog/importancia-y-beneficios-marketing-digital>

XIII. Anexos



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Facultad De Humanidades Y Ciencias Jurídicas

Comunicación Para El Desarrollo

Objetivo: Facilitar la obtención de datos e información relacionada a las estrategias de comunicación digital y posicionamiento del emprendimiento Mars Artist Nicaragua, a través de la plataforma digital Instagram, durante el primer semestre de 2023.

No. de encuesta: 1 Fecha: / /

I. DATOS GENERALES.

Marque con una “X”, SOLO UNA DE LAS OPCIONES.

1. Edad

a) de 16 a 18 años

b) de 19 a 21 años

c) de 22 años a más

2. Sexo:

a) Femenino

b) Masculino

PREGUNTA CLAVE O VARIABLE INDEPENDIENTE DE INVESTIGACIÓN

EJEMPLO: 3. Qué red social utilizas constantemente para adquirir un producto de tu interés

a) Facebook

b) Instagram .

c) Tik Tok .

d) X_____.

II. ENCIERRE EN UN CIRCULO O MARQUE SOLO UNA DE LAS OPCIONES QUE SE DAN COMO RESPUESTAS A LAS SIGUIENTES INTERROGANTES.

4. Cuando pensamos en dar un detalle hacia esa persona especial, ¿qué emprendimiento se le viene a la mente?

- a) Somos Arte
- b) Mars Artist Nicaragua
- c) Alemardesing

5. Hay mucha diferencia en ir a una tienda en físico o una tienda que es solamente en línea por medio de cualquier red social

- a) No hay mucha diferencia entre una y otra
- b) Es más eficaz en línea
- c) Es más eficaz en una tienda en físico
- d) Ambas son necesarias

6. ¿Cómo te enteraste del emprendimiento Mars Artist Nicaragua situado en Instagram?

- a) Por recomendación de un amigo o amiga
- b) Por una publicidad en cualquier tipo de red social
- c) Medios masivos

7. ¿Cuál es el motivo que se te viene a la mente cuando compras en línea en Mars Artist Nicaragua por medio de Instagram?

- a) Calidad del producto
- b) Confianza para comprarlo
- c) Ofertas y precios en descuento
- d) Rapidez en adquirir el producto
- e) Productos llamativos

8. ¿Cuál cree usted que debería ser la forma más apropiada para promocionar y expandir los productos el emprendimiento Mars Artist Nicaragua por medio de Instagram?

- a) Por medio de la publicidad en Instagram.
- b) Utilizando los Reals.
- c) Creando historias con participación con los seguidores.
- d) Realizando publicaciones con creatividad audiovisual y fotográfica.

9. ¿Cuál es forma de pago que utilizas al comprar en línea?

- a) Tarjeta de crédito
- b) Tarjeta de debito
- c) Billetera móvil
- d) Transferencia bancaria
- e) En efectivo

III. Marque con una “X”, SOLO UNA DE LAS OPCIONES.

Las siguientes preguntas contienen respuestas previamente clasificadas en tres categorías. **Seleccione la categoría que usted considere más** conveniente de los números del 3, 2, 1, Las preguntas están enfocadas para conocer la valoración de la relevancia de la motivación para COMPRAR EN LÍNEA EN INSTAGRAM y los números indican la escala de valor de su opinión, la que usted puede seleccionar de acuerdo con su criterio:

- **3** : **En desacuerdo con lo expresado**
- **2** : **Indiferente (ni estoy de acuerdo ni en desacuerdo), ó no se**
- **1** : **De acuerdo con lo expresado**

| N° | Variables/Atributos | Puntajes | | |
|----|--|----------|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 |
| 10 | Comprar en línea por medio de las distintas aplicaciones como Instagram, Tik Tok o Facebook es importante para mí. | | | |
| 11 | Comprar por medio de Instagram cumple con los parámetros de atención al cliente. | | | |
| 12 | Instagram es la mejor aplicación para publicidad, difusión y compra de productos. | | | |
| 13 | Comprar a través de Instagram es súper eficiente adquirir el producto necesario. | | | |
| 14 | Tik Tok vinculado a Instagram expande los emprendimientos en desarrollo. | | | |
| 15 | Comprar en línea me da seguridad de la calidad del producto. | | | |

VI. INFORMACION SOBRE LOS FACTORES DE MOTIVACIÓN DE COMPRAR EN INSTAGRAM.

INFORMACION SOBRE motivación interna

Desde tu autorreflexión y decisión, cuál de las siguientes **MOTIVOS** te motivó para comprar por medio de Instagram:

| <u>Marque con una X su opción u opciones seleccionada (s)</u> | Si | No |
|---|----|----|
| 16. Obtener los productos que desee en Instagram es la mejor forma de compra. | | |
| 17. Comprar en Instagram me da satisfacción en la acción que realice. | | |
| 18. Es más rápido adquirir en línea el producto que necesite. | | |
| 19. Comprar en línea me hace sentir mejor que una tienda física. | | |
| 20. Los emprendedores que usan Instagram para vender y promocionar un producto la utilizan correctamente. | | |
| 21. Comprar en línea te da beneficio. | | |
| 22. Instagram es una herramienta útil para el mercado digital. | | |

¡Muchas Gracias!

ENTREVISTA N° 1

La presente entrevista será aplicada a la encargada del emprendimiento Mars Artist Nicaragua, con el propósito de recolectar información sobre el uso adecuado que da a Instagram y su impacto con los resultados esperados, durante el primer semestre de 2023.

DATOS GENERALES.

N° de entrevista: N° 1 Fecha: _____ Hora: _____ Duración: _____

Nombre de la entrevistada: _____

Edad: _____ Sexo: _____ Nacionalidad: _____

Departamento: Zona: _____

Profesión: _____ Nivel de escolaridad: _____

Dirección: _____ Teléfono: _____

Fase I

¡Buenos días!, ¿Cómo estás?

Fase II (Contenido)

1. ¿Cuáles fueron los motivos de iniciar con el emprendimiento Mars Artist Nicaragua?
2. ¿Cómo utilizas la red social Instagram para divulgar sus productos?
3. ¿Cómo se ha posicionado su emprendimiento desde que utiliza Instagram?
¿Han incrementado sus demandas?
4. ¿Cómo ha logrado identificar su competencia?

5. Es cierto que mientras más promocione sus productos, mayor será su expansión y posicionamiento en el mercado digital ¿Por qué?
6. ¿Crees que es importante tener presencia en otras redes sociales para obtener mayor alcance hacia el perfil situado en Instagram?
7. ¿Cómo propietaria del emprendimiento Mars Artist Nicaragua estaría dispuesta a ejecutar una estrategia de comunicación digital? ¿Por qué?

Fase III (Salida)

8. ¿Cómo ha sentido la entrevista?
9. ¿Quiere decirme algo más que no haya preguntado, pero considera que es importante expresarlo?

¡Muchas gracias!

ENTREVISTA N° 2

La presente entrevista será aplicada a un delegado clave del Ministerio de Economía Familiar Comunitaria Cooperativa y Asociativa (MEFCCA), con el propósito de recolectar información sobre el uso adecuado que ofrecen las redes sociales al formar parte los emprendimientos con relación a la social media, durante el primer semestre de 2023.

DATOS GENERALES.

N° de entrevista: N° 1 Fecha: _____ Hora: _____ Duración: _____

Nombre de la entrevistada: _____

Edad: _____ Sexo: _____ Nacionalidad: _____

Departamento: Zona: _____

Profesión: _____ Nivel de escolaridad: _____

Dirección: _____ Teléfono: _____

Fase I

¡Buenos días!, ¿Cómo estás?

Fase II (Contenido)

1. ¿Cómo definiría desde el punto institucional del MEFCCA un emprendimiento posicionado?
2. ¿Qué beneficios y ventajas logran alcanzar los emprendimientos que son parte del MEFCCA?
3. ¿Qué requisitos necesitan los emprendedores que desean ser parte del MEFCCA?
4. ¿Qué recomendación le daría a los emprendedores que tienen una idea de negocio?

5. ¿Por qué es importante implementar estrategias de marketing digital en los emprendimientos?
6. ¿Cree usted que a través de la red social Instagram los emprendimientos pueden lograr obtener un mayor posicionamiento? ¿Por qué?

Fase III (Salida)

7. ¿Cómo se sintió durante la entrevista?
8. ¿Quiere decirme algo más que no haya preguntado, pero considera que es importante expresarlo?

¡Muchas gracias!

Fotos de tutoría



Entrevista N° 1

Jostin Delgado

Buenos días Nathaly, ¿cómo estás?

Nathaly Morales

Muy bien.

Jostin Delgado

Es un placer de que me hayas aceptado esta entrevista para recolectar información para el análisis de mi dato de la tesis monográfica. Como parte de punto inicial quisiera preguntarte ¿cuáles fueron los motivos de iniciar con el emprendimiento Mars Artist Nicaragua?

Nathaly Morales

Bueno, uno de los motivos para iniciar este proyecto fue el hecho de poder recibir un ingreso, pues la necesidad de crear algo nuevo, que pues la persona fuera atractivo y pues además que fuera accesible.

Jostin Delgado

¿Cómo utilizas la red social Instagram para divulgar tus productos?

Nathaly Morales

Bueno utilizo Instagram porque una de las redes sociales que más se utiliza hoy en día en la edad después de 18 a 30 años, entonces esa es la segmentación de personas a las que yo me dirijo y pues considero de que es una herramienta sencilla y fácil de utilizar para poder comprar productos.

Jostin Delgado

¿Cómo se ha posicionado su emprendimiento desde que utiliza Instagram? ¿Ha incrementado sus demandas?

Nathaly Morales

Sí, ha incrementado las demandas debido a que pues varias personas tienen la accesibilidad de ver los productos que publicamos en la página y pues para ello es mucho más fácil ver lo que este, uno realiza que decir, bueno, tenemos esto, pero las personas pues siempre quieren ver los trabajos pasados que se elaboran.

Jostin Delgado

¿Cómo ha logrado identificar su competencia?

Nathaly Morales

Bueno, he logrado identificar mi competencia debido a que como yo hago pues mis productos, también este hay personas que han tomado la idea de hacer lo mismo que yo, entonces pues siempre el cliente es el que decide a qué persona comprarle, pues depende de la calidad.

Jostin Delgado

Es cierto que mientras más promociones sus productos, mayor será su expansión y posicionamiento en el mercado digital, ¿por qué?

Nathaly Morales

Si, entre más uno promocione los productos, pues vas a tener mucho mayor alcance porque saben las personas que tu cuenta está activa, que está funcionando, que está vendiendo pues y entonces pues tienen el conocimiento de que pueden obtener los productos de uno y este en el posicionamiento del mercado pues si uno no publica yo siento que pues no vendes.

Jostin Delgado

¿Cree que es importante tener presencia en otras redes sociales para tener mayor alcance hacia el perfil situado en Instagram?

Nathaly Morales

Sí, creo que es importante pues de tener otras aplicaciones en donde posicionar los productos porque así también puede llegar a mucho más personas.

Jostin Delgado

¿Cómo propietaria del emprendimiento Mars Artist Nicaragua estaría dispuesta a ejecutar una estrategia de comunicación digital? ¿Por qué?

Nathaly Morales

Sí, estaría dispuesta porque así tendría mucho más alcance de personas que podrían ver el emprendimiento, de que estarían interesadas en los productos que ofrecemos y así pues mejorar la calidad del servicio que tenemos.

Jostin Delgado

¿Cómo ha sentido la entrevista?

Nathaly Morales

Ha sido una bonita experiencia pues el hecho de que tengan el interés de ayudar al emprendimiento a que pueda crecer.

Jostin Delgado

¿Quieres decirme algo más que no haya preguntado pero consideras que es importante expresarlo?

Nathaly Morales

No, creo que no, que ha sido suficiente la entrevista.

Jostin Delgado

¡Muchas gracias!



Entrevista n° 2

Jostin Delgado

Buenas tardes, ¿cómo se encuentra?

Keyling Espinales

Buenas tardes, estimado, todo bien, gracias a Dios.

Jostin Delgado

Es un placer que me permita esta entrevista porque ya así puedo recolectar mejor información de los datos para este emprendimiento y para aquellos nuevos aspirantes que quieran formar parte del MEFCCA. Como primera pregunta, ¿cómo definiría desde el punto institucional del MEFCCA un emprendimiento posicionado?

Keyling Espinales

Como Ministerio de Economía Familiar, gracias a nuestro buen gobierno sandinista, a través de las estrategias que siempre se están implementando del MEFCCA, un emprendimiento posicionado es prácticamente cuando ya el producto está posicionado dentro de la mente del consumidor. ¿Qué hacemos para que el emprendimiento esté posicionado? Para eso están las diferentes actividades que realizan el Ministerio de Economía Familiar, las ferias que también se hacen a nivel nacional, las plataformas virtuales como Expo Pyme, Nicaragua Emprende, que son plataformas ya muy reconocidas a nivel nacional, donde claro siempre están participando emprendimientos que quizás están iniciando también emprendimientos que ya están en un nivel regular y también pymes que ya están posicionadas. Entonces, como MEFCCA, siempre estamos tratando de posicionar este emprendimiento que lleva un largo proceso, desde las inscripciones, desde que el compañero que siempre está teniendo alguna idea innovadora pueda llegar al ministerio y poder también adquirir esta información para que pueda también llevar a cabo, saber cómo va a llevar a cabo este emprendimiento, no solamente como una idea de emprender, sino también una idea de poder proyectar este producto o bien este servicio, porque igual hay emprendimientos que en los diferentes rubros te ofrece, ya sea el producto o el servicio. Entonces, como Ministerio de Economía Familiar, definimos verdad un emprendimiento sobre todo que esté segmentado en la mente del consumidor a través de estas actividades que realizan. Una vez que ya el emprendedor ya tiene un buen proceso de un año o dos años, lo que hacemos es impulsar a otras plataformas como Cyber Monday, que es una plataforma que te brinda descuentos y sobre todo que permite que nuevos consumidores puedan conocer la marca del emprendimiento.

Jostin Delgado

¿Qué beneficios y ventajas logran alcanzar los emprendimientos que son parte del MEFCCA?

Keyling Espinales

Creo que como nuestro buen gobierno... sandinista lo ha venido eh siempre mencionando todos los días a través del Ministerio de Economía Familiar. Los emprendimientos que siempre están en Nicaragua, los nuevos emprendimientos que también están surgiendo tienen excelente beneficio. Parte de ello es la parte audiovisual. Los emprendimientos diarios de lunes a lunes se realizan reportajes audiovisuales. Cada día está caracterizado un medio verdad de cara al protagonista para que pueda realizar este reportaje. Además de ello, los emprendedores como beneficio también son parte de giras mediáticas de lunes a lunes igual, cada día tienen un espacio en las diferentes revistas de los diferentes medios del poder ciudadano. Como beneficio, los emprendimientos también son parte de forma gratuita en las diferentes ferias a nivel nacional. Como emprendimiento también tiene un gran beneficio y es resaltar su emprendimiento, su negocio, su producto, su servicio y sobre todo los enlaces comerciales. Hago una pauta aquí porque a través de las plataformas virtuales como Expo Pyme y Nicaragua Emprende, también se hacen enlaces comerciales donde el emprendimiento, donde el protagonista, donde no solamente como Ministerio de Economía Familiar miramos a los emprendimientos sino también a las cooperativas, a los socios socias, transformadores, proveedores que están siempre llevando esta dinamización de la economía familiar, tienen esta gran proyección verdad. Entonces, es parte de los beneficios que brinda nuestro buen gobierno sandinista a través del Ministerio de Economía Familiar.

Jostin Delgado

¿Qué requisitos necesitan los emprendedores que deseen ser parte del MEFCCA?

Keyling Espinales

Parte de los requisitos que siempre estamos implementando o informando a través de los medios del poder ciudadano, es que los emprendedores primeramente puedan tener una disposición. Hablamos de disposición porque si nosotros tenemos nuestros documentos en regla, desde la parte sanitaria, desde el RUC, desde todo lo que nos brindan también los requisitos de cara al MIFIC, ¿verdad? Para poder segmentar y posicionar todo lo que se requiere como emprendimiento. Si tenemos todo esto, ¿verdad? Pero no tenemos una disposición, realmente el emprendimiento no se va a llevar a cabo. Realmente el emprendimiento no va a poder ejercer su proceso, y si no ejerce su proceso, realmente pues vamos a ver que no va a dar un buen resultado de impacto, que es la parte clave como Ministerio de Economía Familiar. Entonces, parte de estos requisitos es siempre verdad, tener todos los documentos en regla, la parte sanitaria, la parte de la marca, el RUC y e igual siempre desde la ruta emprendedora que incluyen todas las instituciones, la DGI, la alcaldía, el MINSA, el IPSA, todas estas instituciones están aliadas, verdad para llevar este registro

sanitario, en un dado caso, verdad, que estamos hablando de emprendimientos gastronómicos que la mayoría son parte de este rubro.

Jostin Delgado

¿Qué recomendación le daría a los emprendedores que tienen una idea de negocio?

Keyling Espinales

La recomendación que yo brindaría es que sigan adelante, la recomendación que yo diría, aparte de verdad, de esta palabra es un consejo, y es que puedan primeramente segmentar la idea, qué es lo que yo quiero ejercer, desde qué rubro quiero ejercer y qué es lo que yo voy a ofrecer a los, en este caso a las familias nicaragüenses. Parte de las recomendaciones que también daría como Ministerio de Economía Familiar es que sigan las tendencias digitales. Como Ministerio de Economía Familiar estamos trabajando bastante el marketing, el neuromarketing, la publicidad, las redes sociales, entonces como emprendimiento no solamente quedarte en la parte ambigua que antes se hacía, sino también actualizarte desde las tendencias digitales.

Jostin Delgado

¿Por qué es importante implementar estrategias de marketing digital en los emprendimientos?

Keyling Espinales

Es importante implementar las estrategias digitales porque a través de ellas podés también alcanzar nuevos segmentos, podés alcanzar a nuevos clientes consumidores que puedan conocer tu producto o servicio. Las tendencias digitales realmente hoy día es una importante herramienta que facilita también hacer las compras, es decir, hoy día, ahora simplemente haces un click en enviar o quizás adquirir el producto a través de la parte virtual y sencillamente lo vas a adquirir. Antes no, antes realmente pues sabíamos que teníamos que poder coger un teléfono y poder llamar para que el servicio, el producto llegara hasta la casa, ¿verdad? Entonces ahora no, ahora desde las redes sociales podemos ver cómo las tendencias digitales nos han ayudado. Y no solamente eso, sino también la imagen e identidad de la marca. Muy importante esto porque también como Ministerio de Economía Familiar, atraer a las capacitaciones, talleres, cursos que nosotros brindamos a diario, no solamente aquí en Managua, sino a nivel nacional. Parte de estas capacitaciones es darle ese sentido de importancia, sobre todo que los protagonistas puedan adquirir, que realmente ellos sepan que es su emprendimiento es muy importante, pero que también es importante implementar estas tendencias digitales desde la imagen de identidad, del color, desde la parte de formato de línea gráfica de cada uno de sus emprendimientos.

Jostin Delgado

¿Cree usted que a través de la red social Instagram los emprendimientos pueden lograr mayor posicionamiento? ¿Por qué?

Keyling Espinales

Creo que al final de cuentas cada emprendimiento tiene que hacer un análisis de target. Es decir, si mi emprendimiento sirve más para YouTube, yo tengo que enmarcar mi emprendimiento a YouTube. Si mi emprendimiento veo dentro del análisis que el target está más dirigido a la red social de Facebook, pues va a Facebook. E igual si el emprendimiento veo que está dirigido más a Instagram, pues va a Instagram. El emprendimiento no es ley que la red social más impulsada para los emprendimientos sea el Instagram, sino también analizar desde antes cuál es mi tipo de target, a qué target me quiero dirigir, qué es lo que quiero ofrecer y sobre todo a raíz de este tipo de preguntas yo voy a poder saber qué tipo de red social me sirve a mí para poder yo posicionar esta marca en la mente del consumidor.

Jostin Delgado

¿Cómo se sintió durante la entrevista?

Keyling Espinales

Bien, gracias a Dios.

Jostin Delgado

¿Quiere decir algo más que no haya preguntado pero considera que es importante?

Keyling Espinales

Como Ministerio de Economía Familiar siempre estamos haciendo la invitación abierta a cada uno de los protagonistas, proveedores, transformadores, cooperativas, socios y socias que quizás tienen una idea innovadora, pues invitarles a que se acerquen al Ministerio de Economía Familiar o bien... a la delegación más cercana a su territorio, igual invitarles a que sean parte de las actividades recreativas que realiza MEFCCA, de las ferias territoriales que realiza MEFCCA, de todas las actividades que al final, al cabo, es para llevar esa dinamización de la economía del pueblo nicaragüense y el desarrollo sostenible.

Jostin Delgado

¡Muchas gracias!



Capturas del instrumento de encuesta

