

**CREACIÓN DE CONTENIDO, UNA OPORTUNIDAD PARA EMPRENDER
EXITOSAMENTE**

LUISA ALEJANDRA JAVE GIRALDO

**Ensayo presentado como requisito para optar al título de
Especialista en Alta Gerencia**

Asesor(a)

**CATHERINE NINOSKA GUEVARA GARZON,
CANDIDATA A DOCTORADO (grado) DE LA
ASIGNATURA SEMINARIO DE GRADO**

Nota del Autor

Una persona emprendedora con gran capacidad creativa para la generación de nuevas ideas, experiencia en resolución de conflictos y atención al cliente, adicional es una persona proactiva y con muy buena comunicación y trabajo en equipo.

Correo: es.luisa.jave@unimilitar.edu.co

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BOGOTÁ, COLOMBIA
2021**

Tabla de Contenido

Tabla de Contenido	2
Resumen	3
Abstract	4
Capítulo 1: Emprender y darse a conocer no es tarea fácil	5
Capítulo 2: ¿Cómo empezar?	7
Capítulo 3: La comunicación con la audiencia es el factor más importante	10
Capítulo 4: Contenido De Calidad	13
Capitulo 5: ¿Como saber si el contenido es de calidad?	15
Conclusiones.....	17
Referencias	18

Resumen

Las redes sociales se han creado no solo para interactuar con personas conocidas, como se usaba hace unos años, ahora las redes sociales son de gran ayuda para los emprendedores de microempresas ya que según estudios una persona gasta en promedio entre 3 y 4 horas diarias en plataformas sociales viendo diferentes tipos de contenido, ya sea de personas conocidas, los llamados “influencers” o de empresas que generan contenido para sus seguidores. Tanto es el impacto de las plataformas sociales en estos tiempos que muchas empresas ya tienen designado una nueva posición para el manejo y creación de contenido de redes. En este documento hablaremos específicamente de la plataforma Instagram la cual comenzó siendo una red social cuya función es ver y compartir fotografías y videos, y se ha convertido en una de las plataformas de venta de las empresas más utilizadas, sin importar el tamaño de estas. Se utiliza una metodología explicativa y procedimental a través de análisis documental en como la creación de contenido para redes sociales les ha dado a los emprendedores una mejor oportunidad para darse a conocer en un mercado muy competitivo, tener un manejo de redes sociales y con contenido interesante para los consumidores o seguidores, siendo nuestro objetivo principal incentivar a los emprendedores a tener una mejor oportunidad de conseguir nuevos clientes potenciales lo brinda una mayor posibilidad de tener un emprendimiento exitoso. En conclusión, el conocimiento del buen manejo de esta plataforma permitirá que cualquier emprendedor logre sus primeras ventas al poco tiempo de haber comenzado, siempre y cuando sea consistente y conozca muy bien su nicho de mercado.

Palabras clave: Apoyo para emprendedores, Creación de contenido, Instagram para empresas, Marketing Digital, Redes sociales

Abstract

Social networks have been created not only to interact with known people, as it was used a few years ago, now social media is of great help for micro-business entrepreneurs since according to studies a person spends on average from 3 to 4 hours daily in social platforms watching different types of content, from known people as friends or family, the so-called "influencers" or from companies that generate content for their followers. So much is the impact of social platforms in these times that many companies have already designated a new position for the management and creation of social media content. In this document we will talk specifically about the Instagram platform, which began as a social network whose main function is to view and share photos and videos and has become one of the best sales platforms used by the companies. An explanatory and procedural methodology is used through documentary analysis on how the creation of content for social networks has given entrepreneurs a better opportunity to make themselves known in a very competitive market, have a management of social networks and with interesting content for consumers or followers, our main objective being to encourage entrepreneurs to have a better chance of getting new potential customers gives them a greater chance of having a successful venture. In conclusion, knowledge of the good management of this platform will allow any entrepreneur to achieve their first sales shortly after starting, as long as it is consistent and knows their market niche very well.

Keywords: Support for entrepreneurs, Content creation, Digital Marketing, Instagram for companies, social networks

Capítulo 1: Emprender y darse a conocer no es tarea fácil

Emprender no es tarea fácil, sobre todo cuando existe una cantidad innumerable de productos y servicios ya existentes en el mercado actual, lo cual complica mucho el emprender a cualquier persona que quiera hacerlo. Por este motivo, el paso principal de un emprendedor es crear una definición de cuál será su negocio, tener claro que es lo que quiere y que va a ofrecer, en segundo lugar, conocer cuál es el mercado ideal para el producto o servicio que quiere ofrecer, seguido, debe de conocer cuál es su competencias y cuáles son los beneficios o “factor wow” que tienen para así poder crear una estrategia para llamar la atención de los consumidores a su nueva marca, por ultimo un emprendedor debe de conocer las nuevas herramientas tecnológicas ya que esta será la forma más fácil de darse a conocer ante sus posibles consumidores. Estas herramientas tecnológicas las conocemos como “Redes sociales”, una excelente herramienta que ha permitido a muchos emprendedores tener éxito, pero al mismo tiempo si no saben manejar estas redes sociales a su favor, también puede que un factor de fracaso.

Por lo anterior, el objetivo principal es incentivar a los nuevos emprendedores a comenzar con el pie derecho, teniendo todo organizado y analizando todas las oportunidades que las redes sociales, como Instagram o Facebook tienen para ofrecerles un futuro exitoso y no caer en el alto porcentaje de empresas que fracasan día a día, esto solo se lograra siempre y cuando sean consistentes y dedicados en el uso de estas plataformas, las cuales son las mas conocidas actualmente para la comercialización de productos o servicios ya que los consumidores se refieren principalmente a estas plataformas para conocer la marca o los productos/servicios que está buscando.

Actualmente estamos en una época en donde la creación de contenido es sinónimo de generar ingresos, es por ello se muestra cual es el uso correcto de la plataforma Instagram principal ente, para lograr crear un contenido de calidad, formar una relación con clientes potenciales, y crear credibilidad de la marca entre los “seguidores” al obtener el producto o servicio que se quiere ofrecer, y analizar las estadísticas que ofrece para así poder seguir

con un plan estratégico. Este plan lo que busca es crear una comunidad de personas que se relacionen con la marca para que las personas interesadas comiencen a tener un interés por ella.

Por último, se tiene como objetivo dar la confianza de que la creación de contenido es la forma más fácil de darse a conocer y alcanzar consumidores potenciales a través de una buena estrategia en el uso de las nuevas tecnologías.

Es importante enfocarse en un nicho específico ya que actualmente existen muchos nichos de mercado en donde se puede explotar un servicio, pero para comenzar es necesario tenerlo muy bien desglosado y comenzar única y específicamente con contenido enfocado en un tema principal y específico, después de un tiempo la cuenta será conocida por hacer contenido de un tema principal, se pueden sacar ramas de temas diferentes relacionados con el tema principal, lo que llevara a tener seguidores quienes realmente estén interesados en el tema que ofrece la cuenta de Instagram. Ahora bien, elegir un nicho es como un árbol, debes de tener un tronco fuerte y solido para poder empezar a ramificar, es decir que para poder encontrar el nicho de es necesario escoger un área específica de la industria que vas a explotar.

Ejemplo de industrias:

- Viajes
- Salud
- Ejercicio

Ejemplo de Nichos específicos relacionados con estas industrias:

- Viajes: Viajes sobre presupuesto para mochileros, Viajes a Disney en familia, Viaje en caravana con niños pequeños.
- Salud: Acupuntura, cuidados para pacientes de Alzheimer, guía para la menopausia, cuidados para niños con síndrome de Down.

- Ejercicios: Bajar de peso en el postparto, Estiramiento para atletas principiantes, pilates para embarazadas, tonificar el abdomen.

Teniendo claro cual es el nicho que se va a explotar a través de la cuenta de Instagram, ahora es necesario conocer cuál es el propósito principal de la cuenta, es decir, sabes para que se va a usar todo el contenido que se crea y tener un objetivo: obtener seguidores nuevos, incrementar ventas, darse a conocer, etc.

Capítulo 2: ¿Cómo empezar?

Primero lo primero, tener claro cuál es la idea de negocio y cuál es el mercado al que se quiere llegar, esto facilitara la creación de contenido ya que se tiene un nicho identificado. Hacer un análisis de mercado en donde se tenga identificado en la pirámide de necesidades Humanas de Maslow, donde estaría ubicado nuestro producto o servicio para poder comenzar a crear un plan de marketing estratégico y así mismo saber cuáles son las necesidades que estaríamos cubriendo, logrando presentar los beneficios al cliente a través de contenido visual, para conseguir generar ese deseo de satisfacer aquella necesidad que el cliente debe de satisfacer.

Seguido de ello es comenzar a publicar contenido de calidad, pero ¿Qué es contenido de calidad? El contenido de calidad es el que realmente les interesa a las personas. Las personas no están buscando un producto o servicio en sí, lo que realmente buscan es encontrar la solución a algo, satisfacer alguna necesidad, que conocen o que nosotros mismos les generaremos, por ello lo más importante es enfocarse en ayudar a los clientes potenciales a encontrar aquella solución que están buscando, lo último que se debe de pensar al crear contenido es vender, la gente ya está cansada y aburrida de ver miles y miles de productos, tienen un bombardeo de productos que no les interesan porque no les funcionan porque simplemente no saben que las necesitan. Hoy en día vivimos en un

mundo que esta automatizado, las personas quieren ver soluciones o ayudas para aplicar en su día a día, esto se va a traducir en tener seguidores orgánicos, son aquellos seguidores que se interesan por lo que pueden obtener de tu emprendimiento. Es decir el contenido de calidad es aquel que le interesa al cliente por que siente que le esta ayudando en su vida diaria, no solo porque le ofrece un producto si no porque le muestra muchas otras cosas que están relacionadas con el producto y que este mismo puede solucionarles.

Por ejemplo, en un nuevo emprendimiento de alquiler de vestidos de fiesta para mujer, el contenido debe de enfocarse en los tipos de eventos, que es lo que pueden usar o no las mujeres en los diferentes eventos, explicar cuáles son los códigos de etiqueta y que es lo que pueden usar para en estos diferentes tipos de etiqueta, mostrar cuales son las mejores combinaciones de accesorios y colores para usar, consejos para saber cuál es el tipo de vestido que se recomienda para diferentes tipos de cuerpo, entre otros. Sobre todas estas recomendaciones o soluciones se debe de incorporar los vestidos que se tienen disponibles como apoyo en la solución principal. Es decir, si la publicación trata acerca de un matrimonio campestre y cuáles son los consejos para asistir a este tipo de evento según nuestros conocimientos, se debe de incorporar imágenes de referencia del emprendimiento en donde se muestre como referencia los vestidos que pueden encontrar para asistir a este tipo de evento. Eventualmente regresaran a tu publicación cuando se les presente un evento así y la primera opción será la que se les hizo ver en la publicación.

Por otro lado, se puede generar contenido que le presente posibles escenarios que se le puedan presentar a una persona y ahí mismo incorporar el producto que estamos ofreciendo para que el cliente potencial se identifique con el escenario y tenga una idea de como actuar cuando se le presente una situación parecida, este contenido preferiblemente debe de ser explicado a través de videos simulando el posible escenario.

Siguiendo con el ejemplo de un emprendimiento de alquiler de vestidos de fiesta para mujer, se puede generar un escenario en donde una mujer es elegida 4 veces como dama de honor, es decir en el video se mostrara que la mujer fue invitada a 4 bodas y en las 4

bodas fue elegida como dama de honor, ya sabemos que a ninguna mujer le gusta repetir ropa sobre todo porque ahora todo se muestra por redes sociales, seguido de ello sabemos que ser elegida como dama de honor representa un gasto mayor al comprar 4 vestidos diferentes para cada boda y por ultimo sabemos que un vestido de dama de honor es un vestido que no se puede llegar a cualquier evento ya que son con un diseño específico. Entonces ya tiene 3 factores que se pueden mostrar en ese mismo video en donde el emprendimiento puede mostrar a través de un escenario la opción de alquilar 4 vestidos diferentes para cada evento, en donde no va a repetir en ninguno de ellos y adicional se va a ahorrar la mitad del costo de un vestido. Al final se mostrará la misma mujer en 4 eventos diferentes usando 4 vestidos diferentes. Brindándole la mejor solución a su problema.

Esta es la mejor forma de alcanzar clientes potenciales, ya que no van a estar viendo publicaciones aburridas que no les aporta nada, sino que tendrán un contenido diario interesante lo cual ira generando un sentido de confianza en que el emprendimiento conoce bien la solución que tiene el producto para los futuros consumidores. La idea es brindar nuestros conocimientos a otras personas y ayudarles con ciertos problemas que nosotros podemos solucionar.

¿Cómo saber que el contenido si está funcionando? Primero veras el resultado teniendo más interacción con el contenido, recibiendo mensajes internos de personas interesadas y el crecimiento de los seguidores de tu cuenta. Segundo, Instagram es una plataforma que nos brinda la oportunidad de monitorear las estadísticas de cada publicación, últimamente existen tantos perfiles que la plataforma diseño un algoritmo en donde dependiendo de la interacción que se haga con el contenido, se mostrara a más o a menos personas. Este tipo de interacción se mide como: las veces que se comparte, las veces que se guarda, las veces que se comenta y por último la cantidad de “me gusta” que recibe la publicación. Adicional a ello, este algoritmo solo se presenta a cierta cantidad de gente inicialmente y si nota que ha sido llamativa para ese grupo, lo comienza a mostrar a mas y mas personas, estilo pirámide. Toda esa información te la dará la plataforma en las estadísticas de cada una de las publicaciones realizadas. Así será más fácil conocer cuál es la información de mayor

relevancia hacia la comunidad que se ha creado y así mismo poder generar nuevo contenido basándose en aquello que le intereso mucho mas a la audiencia.

Es por ello que cada contenido que se quiera publicar debe de estar alineado con el nicho principal del emprendimiento, le da algún tipo de valor a la audiencia que lo va a querer hacer guardar esa publicación para usarlo como referencia en el futuro, debe de tener una imagen principal atractiva que tenga un enganche interesante para que la audiencia quiere saber más acerca de esta publicación, tiene contenido que se pueda compartir o guardar porque es del interés de las personas, y por ultimo invita a las personas a participar en los comentarios para responder o solucionar cualquier duda que surja con respecto a la publicación. Todo esto comienza a generar una relación con el cliente potencial ya que tienen una experiencia de servicio mucho mayor.

Capítulo 3: La comunicación con la audiencia es el factor más importante

Las redes sociales son una herramienta cuya función principal la comunicación, cada día más y más personas quieren ser parte de esta nueva forma innovadora de comunicarse y / u obtener todo tipo de información, obtener reseñas o recomendaciones, etc. Es por ello por lo que la comunicación debe de ser abierta con la audiencia, la gente quiere saber quién está detrás de cada emprendimiento, quiere conocer todo acerca de la marca, el porqué, el cómo y el cuándo, esto genera un sentido de confianza y compromiso de los seguidores con la marca. Es aquí donde las 4C vienen a ayudar en la estrategia de la creación de contenido e interacción con el cliente. El 4C reemplaza el antiguo marketing mix, este nos permite conocer al consumidor para poder crear un mercadeo desde la perspectiva del cliente.

Siendo así cualquier emprendedor puede usar esto a su favor, ya que Instagram es una plataforma que te permite interactuar con los seguidores en diferentes formas: La primera de ellas son las publicaciones que se muestran en el perfil principal de la empresa,

repetimos que lo más importante en estas publicaciones es mostrar contenido que le ayude a la audiencia, es decir, que el contenido de la publicación tenga valor o sea de importancia para ellos, la interacción se hace a través de los comentarios que realicen en ella obteniendo una respuesta de nuestra parte, esta es una forma de demostrar el servicio al cliente del emprendimiento creando desde ese momento la experiencia de servicio que todos los clientes quieren tener. La segunda opción que nos permite interactuar con la audiencia es la opción de mensajería expresa que tiene la plataforma, normalmente las personas escriben por este medio cuando quieren saber más de los servicios o productos, esta es la forma más personal de comunicación con los clientes potenciales, es aquí donde conoces más al cliente y cuáles son las expectativas que tiene. Por último, son las historias, en donde se puede interactuar con la audiencia de diferentes formas como: haciendo encuestas, trivias, contando anécdotas, permitiendo hacer preguntas, etc. Esta es la forma en que se diseña el servicio y contenido basado en las respuestas obtenidas en las historias.

Como consecuencia de tener una comunicación directa con las personas, poco a poco se irán convirtiendo en posibles clientes gracias a la relación que se ha ido cosechando con el tiempo. Es por eso por lo que la es muy importante ser consistente en la creación de contenido de calidad, adicional a esto, Instagram beneficia a las cuentas en donde se muestre el compromiso de publicar constantemente, esto les da un mejor posicionamiento y se muestra a más clientes potenciales que estén interesados en el nicho del emprendimiento.

Creer una cuenta no es tarea fácil, tener seguidores tampoco, pero hacer crecer un emprendimiento sin darse a conocer masivamente tampoco lo es, así que, si es necesario invertir un poco en publicidad en alguna de las publicaciones que han tenido más relevancia, esto permitirá incrementar seguidores o clientes potenciales. Por lo anterior hay 6 acciones que definitivamente no se deben de hacer para evitar que el cliente tenga una mala experiencia de servicio a través de las redes sociales las cuales son:

1. Robar contenido, es cierto que puede que algún día no haya ideas para publicar algún contenido interesante, pero los clientes no solo te siguen a ti, siguen a

- muchísimas cuentas mas y notaran si estas robando contenido, quitándole credibilidad a tu negocio y a la relación que has construido. El cliente puede sentirse engañado.
2. Encuentra un nombre fácil de recordar para tu usuario, queremos comunicarnos con nuestros clientes potenciales, pero así mismo debe de ser fácil que ellos nos recuerden para encontrar fácilmente la cuenta o para recomendarlo a otra persona. Si la persona no sabrá ni siquiera decir el nombre de la marca no será fácil recordarlo ni escribirlo.
 3. Ignorar algún comentario, la persona se ha tomado el tiempo de comentar en alguna publicación, queremos contestarle para seguir generando una comunicación con los clientes potenciales.
 4. Seguir y dejar de seguir cuentas, es posible que, si incrementen tus seguidores, pero estos no serán orgánicos, es decir, no se convertirán en clientes potenciales. Es mucho mejor invertir en publicidad y atraer personas realmente interesadas en la marca.
 5. Evita enviar tu publicación directamente a todas las personas que sigues, esto es considerado SPAM y a todo el mundo le molesta llenarse de cosas que no solicito. Siempre crear contenido de calidad va a lograr que las personas se interesen e interactúen con el contenido.
 6. No hacer publicaciones seguidas, esto es casi lo mismo que hacer SPAM, es mejor esperar 3-4 entre cada publicación.

Otro factor que a la audiencia le parece interesante es conocer a la persona que está detrás de cada cuenta o de cada emprendimiento, esto crea un sentido mayor de confianza con la audiencia ya que están conociendo a la persona que les está ayudando a solucionar sus necesidades. Además, que las personas se identifican con aquella persona que está tratando de salir adelante por medio de su marca ya que muchas personas aún siguen siendo empleadas y posiblemente quieran emprender algún día, les parece interesante conocer todo el proceso de un emprendimiento, así que ser una persona real y mostrar todo lo que

sucede y las soluciones que le dan los problemas también es una forma de comunicarse con los posibles clientes.

Todo lo anterior mejorara mucho la experiencia de servicio del cliente ya que estaremos en constante comunicación con la audiencia obteniendo información que podemos usar para crear nuevo contenido y así mismo conocer cuáles son las expectativas del cliente al relacionarse continuamente con la marca. Los seguidores que tienen una conversación directamente con el emprendedor a través de mensaje directo tienen un 73% de probabilidad que se conviertan en clientes, un porcentaje muy elevado que incentiva a tener muchas mas conversaciones con los seguidores.

Capítulo 4: Contenido De Calidad

Lo más difícil para un emprendedor es dar a conocerse y obtener clientes nuevos, pero con una cuenta de Instagram que atrae a nuevos seguidores día con día, esto puede cambiar. El contenido de calidad es aquel que les sirve a los posibles clientes, recordando que lo último que se debe de hacer es vender literalmente a través de las plataformas sociales. Es decir, evitar completamente la promoción de un producto con el precio. Lo que busca un seguidor es conocer cuales son los beneficios o experiencia que puede obtener al adquirir un producto o servicio.

Hay que conocer al mercado meta y saber qué es lo que necesitan ya que teniendo esta información es una herramienta perfecta para saber crea una relación de compromiso entre marca y cliente. Instagram es una plataforma que permite conocer a la comunidad que se va creando poco a poco en la marca. Los clientes potenciales son quienes participan continuamente en las encuestas, hacen preguntas en los comentarios o mensajes directos, etc.

Siendo así los emprendedores deben de seguir las siguientes pautas para la creación de contenido de calidad:

- Prestar atención y pensar en los futuros requerimientos de los clientes potenciales, esto permite que cada publicación que se realice este alineada a las expectativas de la audiencia.
- Compartir experiencias personales son excepcionalmente efectivas puesto que las personas somos seres sociables y esto permite conectar con los seguidores de una manera más profunda.
- Mostrar que realmente importa, asegurarse que los seguidores sientan que son escuchados, es importante contestar a todo, tanto a comentarios negativos como positivos.
- Ver las tendencias actuales y saber qué expectativas tiene la audiencia con cada publicación que hagas para obtener la atención de las personas. Esto se puede lograr a través de consejos, paso a paso, tutoriales, etc.
- Pensar en cual es el propósito principal de cada publicación y que tipo de respuesta puede tener, es decir, si la publicación es inspiracional, motivacional o educacional
- Darse a conocer como emprendedor, mostrar el lado humano detrás de la marca hace que la comunidad tenga cierto afecto hacia la persona que está detrás de cada publicación. Esto generara un sentir de servicio al cliente mucho mas personalizado.
- Usar la curiosidad de la audiencia a tu favor es decir dar información a medias para enganchar a las personas, ya que las personas cuando sienten curiosidad de saber mas acerca de un producto o servicio prestan mucha mas atención, quisieran tener una conversación para aclarar sus dudas, harán mas preguntas y probablemente en un futuro cercano se convertirán en seguidores.

Ahora bien, ya con todas las herramientas anteriores es indispensable monitorear las estadísticas para que se pueda obtener resultado de cada publicación y de esta manera ver que es lo que está funcionando mejor con la audiencia. Muchas veces el tener poca acción

en una publicación no es sinónimo de que no sea contenido de calidad, puede ser el horario en que se publicó y que el público no está usando la plataforma en ese momento. Es por ello por lo que ver las estadísticas de cuantas personas fueron alcanzadas es muy importante para saber cuál fue el índice de interacción real de la publicación.

Es posible que en algún punto no haya más ideas para la creación de contenido, lo mejor es verificar en publicaciones pasadas cual fue el tema que tuvo interacción y republicarlo en una forma diferente. Hay que tener en cuenta que la creación de contenido es la que nos hará llegar más clientes potenciales, y por ende la consistencia es lo más importante para lograr que las personas tengan como primera opción el emprendimiento con el cual interactúan más al buscar un producto relacionado con el nicho.

Capítulo 5: ¿Como saber si el contenido es de calidad?

La plataforma Instagram tiene muchas herramientas que permite mostrar la cuenta a la comunidad, a pesar de que también tiene un algoritmo que poco a poco se vuelve mas selectivo con lo que le muestra al inicio a los seguidores es necesario conocer cuales son todas las opciones que ofrece para la creación de contenido de calidad.

1. Nos ofrece la opción de tener una pagina principal en donde les aparecen todas las publicaciones a los seguidores. En esta pagina se pueden publicar 3 tipos de publicaciones:
 - a. Reels: Videoclips cortos con diferentes opciones de edición que permiten hacer los videos mas educativos, divertidos o amenos al publico
 - b. Publicaciones de fotos: Se puede hacer la publicación a través de una sola foto o varias fotos en forma de carrusel para que la audiencia tenga más información en una sola publicación.

- c. En vivos: Es una opción que permite comunicarte con la audiencia en vivo y en directo, en donde también permite interactuar con los seguidores que hacen preguntas por medio de los comentarios.
2. Historias: Es una herramienta que permite mostrar a los seguidores a través de historias que tienen una duración de 24hrs cualquier tipo de información que se quiera mostrar a la comunidad, en esta opción se puede hablar de cualquier tema es la forma de mostrar al público la persona que hay detrás de la cuenta y también conocer a las personas con las herramientas que brinda para conectar con el público:
- a. Encuestas
 - b. Preguntas
 - c. Preguntas con respuesta de opción múltiple
 - d. Menciones
 - e. Ubicación
 - f. Enlaces
 - g. Medidor
 - h. Música

Existe la posibilidad de dejar historias destacadas en el perfil de la cuenta para que las personas o seguidores nuevos puedan ver las historias pasadas de la cuenta.

3. Tienda: Ahora existe la Instagram shop en donde se pueden publicar los productos que la cuenta quiere ofrecer vender directamente desde la plataforma.

Todas las opciones de publicación que nos brinda Instagram tienen una herramienta de seguimiento de estadísticas en donde nos muestra cual fue la interacción con cada una de las publicaciones que se realizan. Estas estadísticas nos muestran las visitas al perfil después de ver una publicación, las personas a las cuales llegamos a través de la publicación, las acciones que se tomaron, los seguimientos nuevos, de donde vienen las impresiones de la publicación, es decir de seguidores nuevos, de compartidos, de la página principal de Instagram, etc. También nos muestra el número de me gusta, los comentarios, las veces que es compartido y por último las veces que se guardó la publicación.

Analizar toda esta información de estadísticas que nos brinda la plataforma permite crear una estrategia para seguir creando contenido de calidad que es el que realmente tiene más interacción con la comunidad de seguidores. Es decir, si las estadísticas nos muestran que una publicación tuvo muy poca interacción significa que posiblemente los seguidores no están interesados en ese tema. Por lo contrario, a una publicación que tenga mucha interacción significa que es un contenido que se está presentando es de calidad y de interés para la audiencia.

Conclusiones

En el 2021 vivimos en un mundo Digital, en donde ahora muchas personas usan las redes sociales como su nueva forma de buscar los productos que desean comprar, ya sea por recomendaciones, publicidad o gracias a las herramientas de búsqueda que tienen estas aplicaciones. A Pesar de que emprender no es algo sencillo, hay muchas herramientas con las cuales las personas pueden contar para lograr que su emprendimiento sea exitoso, tener un plan de mercadeo es una de ellas y apoyarse en una red social para llevarlo cabo es crucial. En el año 2021 Instagram es una de las plataformas más usadas en ventas a nivel mundial debido a que es una plataforma que permite ver fotos o videos, opción que ha sido explotada por muchas empresas para poder publicar sus productos o servicios a través de esta red social. A pesar de que se hacen más de 1 millón de publicación diarias a nivel mundial, un emprendedor puede sobresalir con sus productos o servicios creando un contenido de calidad lo que se evidenciara en aumento de ventas y darse a conocer a más personas cumpliendo con el objetivo principal de evitar el fracaso de un emprendimiento a través de una buena estrategia de creación de contenido por medio de Instagram. Teniendo tanto contenido, la plataforma constantemente cambia su algoritmo y ofrece nuevas opciones para que el público interactúe con las cuentas, esto es fundamental que los emprendedores conozcan ya que siempre tendrán mucho más alcance cuando trabajan con el Algoritmo de la aplicación. Finalmente, podemos decir que lo más importante para un nuevo emprendimiento es conocer cual su nicho principal y en base a ello crear contenido

relevante para que poder llegar a más personas, si el emprendedor no conoce realmente cuál es su nicho de mercado, es posible que fracase en el intento de su creación de contenido de calidad.

Referencias

- Aguilar, Beatriz. Cómo diseñar una buena estrategia de contenidos. socialmediablog.es
- Alvarez, C., Muñiz, L., Moran, J., Merchan, L., Conforme, G., Nevarez, E., & Romero, L. (2019). Las ideas de negocios, el emprendimiento y el marketing digital (Primera ed.). Área de Desarrollo e Innovación S.I. <https://doi.org/10.17993/EcoOrgyCso.2019.54>
- Best. (s. f.). Tendencias De Comunicación Y Marketing Digital Para El 2020. https://www.amic.media/media/files/file_352_2185.pdf
- D. Arango-Botero, et al. / Contaduría y Administración 66(1) 2021, 1-22 Factors that promote social media marketing in retail companies <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.2475>
- L. M. d. Oliveira and O. Goussevskaia, "Topic trends and user engagement on Instagram," 2020 IEEE/WIC/ACM International Joint Conference on Web Intelligence and Intelligent Agent Technology (WI-IAT), 2020, pp. 488-495, doi: 10.1109/WIIAT50758.2020.00073.
- L. M. de Oliveira and O. Goussevskaia, "Sponsored content and user engagement dynamics on instagram", Proceedings of the 35th Annual ACM Symposium on Applied Computing, pp. 1835-1842, 2020.

MARTINEZ-OVIEDO, Areli Fabiola, REYNOSO-IBARRA, Omayra Yolanda. Las redes sociales como impulsor en el crecimiento de los Emprendedores y las MiPyMes. Revista de Negocios & PyMes. 2016

Morán Quiñonez, C. J., & Cañarte Rodríguez, T. C. (2017). Redes sociales factor predominante en la fidelización del cliente. Dominio de las Ciencias, 3(4), 1–14. <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>

Omar, F. I., Zan, U. M. S. M., Hassan, N. A., & Ibrahim, I. (2020). Digital Marketing: An Influence towards Business Performance among Entrepreneurs of Small and Medium Enterprises. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. 10(9), 126-141. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v10-i9/7709>

Perarlta, Emanuel. Genwords. Content Marketing en Redes Sociales para Vender. <https://www.genwords.com/blog/content-marketing-redes-sociales>

PRETEL JIMENEZ, M.; DE FRUTOS TORRES, B. y SANCHEZ VALLE, M. Relación entre marca y el consumidor en las redes sociales: estudio del vínculo afectivo de los jóvenes con dos marcas tecnológicas. Revista de Comunicación [online]. 2018, vol.17, n.2, pp.229-245. ISSN 1684-0933. <http://dx.doi.org/10.26441/RC17.2-2018-A10>.}

Retail Actual (2021) El Poder de las Redes sociales. <https://www.retailactual.com/noticias/20210511/redes-sociales-influyen-compra-marcas-estudio-elogia#.YUwPuWLMJPY>

Sastre, Raquel F. La Motivación Emprendedora Y Los Factores Que Contribuyen Con El Éxito Del Emprendimiento Ciencias Administrativas, núm. 1, enero-junio, 2013, pp. 1-10 Universidad Nacional de La Plata Buenos Aires, Argentina

Uribe Beltrán, C. I., & Sabogal Neira, D. F. (2021). Marketing digital en micro y pequeñas empresas de publicidad de Bogotá. *Revista Universidad & Empresa*, 23(40), 1-22
[10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8730](https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8730)