



universidad
de león
Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de León

Grado en Marketing e investigación de Mercados

Curso 2021/2022

ILUSTRACIONES DIGITALES PERSONALIZADAS EN LA ESTRATEGIA
CREATIVA DE MARKETING: INVESTIGACIÓN DE LOS COMPRADORES Y
SEGUIDORES DE ILUSTRACIONES EN INSTAGRAM

PERSONALIZED DIGITAL ILLUSTRATIONS IN CREATIVE MARKETING
STRATEGY: INSTAGRAM ILLUSTRATIONS BUYERS AND FOLLOWERS
RESEARCH

Realizado por la Alumna Dña. Celia Peñalba Diez

Tutelado por el Profesor D. Miguel Cervantes Blanco

León, febrero de 2022

MODALIDAD DE DEFENSA PÚBLICA: TRIBUNAL

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN..... 1

OBJETIVOS 3

METODOLOGÍA..... 4

CAPÍTULO 1. INSTAGRAM Y EL USO DEL MARKETING EN ESTA RED SOCIAL..... 7

1.1. EL ORIGEN Y LA EVOLUCIÓN DE INSTAGRAM..... 7

1.2. DATOS ESTADÍSTICOS SOBRE LA APLICACIÓN..... 9

1.3. NUEVOS FORMATOS COMUNICATIVOS EN INSTAGRAM..... 12

1.4. EL USO DEL MARKETING EN INSTAGRAM..... 14

1.4.1. Estrategias de marketing genéricas 15

1.4.2. Estrategias de marketing para crecer en Instagram 16

1.5. LA IMPORTANCIA DE LAS ESTADÍSTICAS DE INSTAGRAM 21

1.5.1. Tipos de estadísticas 21

1.5.1.1. Estadísticas generales del perfil 22

1.5.1.2. Estadísticas de las historias de Instagram 22

1.5.1.3. Estadísticas detalladas en cada publicación 22

CAPÍTULO 2. ILUSTRACIONES DIGITALES PERSONALIZADAS..... 23

2.1. CONCEPTO DE ILUSTRACIÓN DIGITAL PERSONALIZADA 23

2.2. ORIGEN DE LA ILUSTRACIÓN DIGITAL..... 25

2.3. PRINCIPALES TIPOLOGÍAS DE ILUSTRACIÓN DIGITAL 28

2.3.1. Según su estilo artístico 28

2.3.2. Según sus funciones y salidas profesionales 31

2.4. PASOS PARA LA CREACIÓN UNA ILUSTRACIÓN DIGITAL 37

2.4.1. Softwares de diseño para crear una ilustración digital 40

2.4.1.1. Programas con mapas de bits 41

2.4.1.2. Programas con vectores..... 42

2.5.	LAS 4P'S DE LA ILUSTRACIÓN DIGITAL PERSONALIZADA	43
2.5.1.	Producto.....	43
2.5.2.	Precio.....	46
2.5.3.	Promoción.....	47
2.5.4.	Distribución	47
CAPÍTULO 3. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE LAS ILUSTRACIONES DIGITALES PERSONALIZADAS.....		49
3.1.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	49
3.2.	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.....	50
3.2.1.	Netnografía	50
3.2.2.	Entrevista a Laia Vázquez, @laiaartt	56
3.3.	DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA	59
3.3.1.	Diseño Muestral.....	59
3.3.2.	Cuestionario.....	60
3.3.3.	Perfil sociodemográfico de la muestra	62
3.4.	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA.....	64
3.4.1.	Estudio sobre la perspectiva de los clientes de ilustraciones digitales personalizadas	64
3.4.2.	Estudio sobre la perspectiva de los seguidores de ilustradores digitales en Instagram.....	69
CAPÍTULO 4. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES EMPRESARIALES.....		76
REFERENCIAS		81
ANEXOS		88
	ANEXO I. NETNOGRAFÍA.....	88
	ANEXO II. TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTA LAIA VÁZQUEZ.....	100
	ANEXO III. ENCUESTA SOBRE ILUSTRACIONES DIGITALES PERSONALIZADAS	110
	ANEXO IV. ANÁLISIS SOCIODEMOCRÁFICO.....	128

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.1. Evolución del número de usuarios activos en Instagram en el período 9 2017-2021 (en millones)..... 9	9
Gráfico 1.2. Número de usuarios en Instagram divididos según el sexo y la edad en 2021 10	10
Gráfico 1.3. Tasa de likes y comentarios media por número de seguidores en el 2021. 11	11
Gráfico 1.4. Tasa de participación por número de hashtags utilizados 19	19
Gráfico 3.1. Distribución de la muestra por la variable edad 62	62
Gráfico 3.2. Distribución de la muestra por la variable ocupación profesional 63	63
Gráfico 3.3. Plataformas a través de las cuales los clientes conocieron las ilustraciones 65	65
Gráfico 3.4. Precio máximo que los clientes estarían dispuestos a pagar 66	66
Gráfico 3.5. Motivo de la compra según sexo 67	67
Gráfico 3.6. Ilustraciones digitales personalizadas en formato físico 68	68
Gráfico 3.7. “¿Qué tipo de formato prefiere ver en Instagram?” 1 = imagen y 5 = vídeo 71	71
Gráfico 3.8. “¿Qué tipo de vídeo le gusta más: el que muestra todo el proceso de elaboración o el que muestra la parte final?” 1 = proceso completo y 5 = parte final ... 72	72
Gráfico 3.9. “¿Qué tipo de perfil le parece más atractivo: el que no tiene historias destacadas o el que sí las tiene?” 1 = sin historias y 5 = con historias 72	72
Gráfico 3.10. “¿Qué perfil de Instagram le llama más la atención: el que tiene las publicaciones desordenadas o el que las tiene ordenadas siguiendo un patrón?” 1 = desordenadas y 5 = ordenadas 72	72
Gráfico 3.11. “¿Qué perfil de Instagram le gusta más: el que no tiene fotografías del ilustrador o el que sí las tiene?” 1 = sin fotografías y 5 = con fotografías 73	73
Gráfico 3.12. “¿Qué tipo de ilustraciones digitales le gusta más: las que están en blanco y negro o las que están en color?” 1 = blanco y negro y 5 = a color..... 73	73
Gráfico 3.13. “¿Qué ilustraciones digitales le llama más la atención: las de animales o las de personas?” 1 = animales y 5 = personas 74	74

Gráfico 3.14. “¿Qué ilustraciones digitales le gusta más: las de estilo realista o las de estilo cómic?” 1 = estilo realista y 5 = estilo cómic 74

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 2.1. Conjunto de productos con ilustraciones digitales personalizadas.....	45
Cuadro 3.1. Ficha técnica de la netnografía	50
Cuadro 3.2. Conjunto de ilustraciones de @taniaiglesias.art	51
Cuadro 3.3. Conjunto de ilustraciones de @laiartt.....	52
Cuadro 3.4. Conjunto de ilustraciones de @olguerdesign	53
Cuadro 3.5. Conjunto de ilustraciones de @miss_littlebig	54
Cuadro 3.6. Ficha técnica de la entrevista en profundidad.....	56
Cuadro 3.7. Ficha técnica del cuestionario.....	59

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1.1. Rediseño del logotipo de Instagram en 2016.....	8
Imagen 1.2. Rediseño de la interfaz de las aplicaciones complementarias de Instagram	8
Imagen 2.1. Fotogramas de una película tridimensional generada por computadora de un objeto cambiante aleatoriamente o “kinetic sculpture” 1960s.....	26
Imagen 2.2. Emulador del programa Adobe Illustrator 88.....	27
Imagen 2.3. Ilustración hiperrealista de Dean Packwood	29
Imagen 2.4. Ilustración digital vectorial de base geométrica de Alejandro Rojas	29
Imagen 2.5. Ilustración digital al estilo cómic de Marvel Comics	30
Imagen 2.6. Ilustración Pixel Art de Gustavo Viselner.....	30
Imagen 2.7. Ilustración Mixed Media de Tomasz Mro	31
Imagen 2.8. Ilustración conceptual sobre la “Bella y la Bestia” de Karl Simon.....	32
Imagen 2.9. Ilustración narrativa de Beatrice Alemagna	32
Imagen 2.10. Ilustración decorativa de Anna Kovecses.....	33

Imagen 2.11. Ilustración personalizada retratista de Paloma Marqués	36
Imagen 2.12. Ilustración personalizada caricaturesca	36
Imagen 2.13. Ilustración personalizada estilo cómic.....	37
Imagen 2.14. Ilustración personalizada estilo Los Simpson	37
Imagen 2.15. Historias sobre el packaging de @galarte.ilust en Instagram.....	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 0.1. División de las preguntas del cuestionario.....	5
Figura 0.2. Resumen metodológico	6
Figura 1.1. Conclusiones sobre el comportamiento de los usuarios de Instagram.....	11
Figura 2.1. Comparativa pasos de elaboración cliente-empresa vs. cliente particular ...	39
Figura 2.2. Conjunto de historias de @digitalart_bysofia sobre el proceso de como encargar una ilustración digital personalizada.....	44
Figura 3.1. Objetivos perseguidos a lo largo del trabajo	49
Figura 3.2. Cuestionario diseñado en Google Forms	61
Figura 3.3. Difusión del cuestionario	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1. Conjunto de precios de diferentes ilustradores de una ilustración digital realista de una persona/dos personas, sin fondo, y con envío digital.....	46
Tabla 3.1. Tabla cruzada sexo, edad y consumidores de ilustraciones digitales personalizadas.....	64
Tabla 3.2. Tabla cruzada sexo, situación laboral y consumidores de ilustraciones digitales personalizadas.....	64
Tabla 3.3. Tabla cruzada sexo y número de veces de encargo de ilustraciones digitales personalizadas.....	65
Tabla 3.4. Precio máximo a pagar según sexo, edad y ocupación profesional	67

Tabla 3.5. Momento del día en que más se usa Instagram según sexo, edad y ocupación 69

Tabla 3.6. Motivos por lo que se tiene un perfil en Instagram según sexo, edad y ocupación..... 70

RESUMEN

En un mundo donde el cliente es más exigente y necesita mejores bienes y servicios que satisfagan sus necesidades, la personalización de productos entra en juego para suplir estas nuevas exigencias. Más concretamente, nos centraremos en las ilustraciones digitales personalizadas, un producto que se ha vuelto muy popular entre los usuarios más asiduos a Instagram por sus características originales y creativas y por su capacidad para sorprender a su poseedor.

Como este producto digital tiene como único escaparate la app de Instagram, es necesario saber cómo emprender en esta red social y conseguir un crecimiento constante a través de la investigación de las mejores estrategias de marketing para creadores de contenido, el conocimiento del tipo de seguidor de estas ilustraciones digitales en Instagram y el consumidor de estos productos en esta red social.

Para alcanzar estos objetivos, se ha llevado a cabo un estudio teórico de las ilustraciones digitales personalizadas y de las mejores estrategias de marketing para emprender en Instagram. Una vez recopilada esta información, se ha realizado una entrevista en profundidad, una netnografía en Instagram y una encuesta realizada a 218 personas y analizada a través de Excel.

Palabras clave: personalización, ilustración digital, Instagram, estrategias de marketing en redes sociales, usuario actual en Instagram, ilustrador.

ABSTRACT

In a world where the client is more demanding and needs better goods and services that satisfies his needs, product personalization comes to cover these new requirements. More concretely we will focus on personalized digital illustrations, a product that has become very popular between instagram's regular users because of its original and creative characteristics and its capacity to surprise its owner.

As this digital product has its own unique showcase instagram application, it's necessary to know how to undertake in this social network and achieve a constant grow through the investigation of the best marketing strategies for content creators, the knowledge of the follower type related with these instagram digital illustrations and the consumer of these products in this social network

To achieve these goals, a theoretical study of personalized digital illustrations has been carried out, as well as of the best marketing strategies to undertake in instagram. Once this information has been collected, an interview in depth, a netnography on instagram and a poll answered by 218 people and analyzed with excel has been done.

Keywords: personalization, digital illustration, instagram, marketing strategies on social networks, actual instagram user, illustrator

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, cualquier empresa sabe que existe un nuevo tipo de cliente más informado y exigente debido a la aparición del mundo digital. Además, éste demanda un trato más personalizado para que las empresas puedan satisfacer de una manera más eficaz sus necesidades y deseos.

Es en este punto en el que entran en escena los *productos personalizados*, ¿pero que son exactamente estos bienes? Según Mundo Personalizado (2015), son productos individualizados y originales que poseen características inéditas que ofrecen al cliente que lo posee un plus de relevancia y exclusividad. Tras esta contextualización, nos adentraremos en un producto individualizado que desde hace varios años se ha vuelto muy popular y demandado por los integrantes de la Generación Z y la Generación Y: las *ilustraciones digitales personalizadas*. Estos productos se tratan de “dibujos digitales” caracterizados por la autenticidad y la creatividad, dotando a su poseedor de un valor añadido único y característico. Pero ¿por qué se han vuelto tan demandados? Pues bien, estas ilustraciones son un perfecto regalo ya que retratan los rasgos más característicos y distintivos de la persona a la que se pretende regalar y sorprender. Además, como este producto tiene como escaparate digital la red social de Instagram, millones de personas de todo el mundo pueden conocer y adquirir este original regalo.

Hoy en día, Instagram ofrece espectaculares oportunidades a grandes y pequeñas empresas para ofertar y vender sus productos, estableciendo vínculos duraderos con los usuarios de esta red social. A pesar de estas posibilidades, no todo el mundo sabe y logra prosperar como empresa en Instagram debido al desconocimiento de las mejores técnicas para vender en las redes sociales, a la incompreensión de las características y deseos del usuario objetivo al que se pretende vender en Internet y a la incapacidad de vender en Instagram el producto ya que no se enfatizan sus características más distintivas para destacar en una red social. Esta inhabilidad para crecer de forma progresiva también afecta al sector de las ilustraciones digitales personalizadas y este hecho se conoce de primera mano debido a que, actualmente, la autora de este presente trabajo posee un perfil profesional en Instagram, llamado @blancetnoir_cpd, en donde oferta sus productos personalizados ilustrados digitalmente.

Por todo ello, se procede a realizar una investigación sobre el sector de las ilustraciones digitales y, más concretamente, las personalizadas para conocer las características y tipologías de este producto, sus precios, su modelo de distribución y su formato de promoción y comunicación. También se pretende estudiar las nuevas herramientas comunicativas que posee Instagram y las mejores estrategias de marketing para que un perfil profesional pueda prosperar en esta red social. Finalmente, se procederá a definir el perfil del consumidor y del seguidor en Instagram actual de este producto para conocer sus gustos y lo que pretende obtener con este tipo de ilustración.

La elaboración de esta investigación supone poner en práctica todas las habilidades y conocimientos adquiridos a lo largo de estos años de carrera, desarrollando de inicio a fin una investigación que sirva de ayuda para creadores de contenido y emprendedores, destacando la figura del ilustrador digital, para que éstos puedan desarrollar un modelo de negocio estable y próspero en Instagram.

El presente trabajo se ha estructurado en tres partes, siendo el primero de ellas una revisión bibliográfica sobre Instagram. Más concretamente, se detallarán sus orígenes y estadísticas actuales, sus nuevos formatos comunicativos, las estrategias de marketing más acordes para esta red social y la importancia de las estadísticas y de su análisis para prosperar con un perfil profesional.

El segundo capítulo aborda las ilustraciones digitales personalizadas, desde sus orígenes hasta la actualidad, detallando cuales son las principales tipologías en función de su estilo artístico y salidas profesionales, los softwares de diseño necesarios para su elaboración y un análisis de las 4 P's del marketing para conocer estas ilustraciones digitales.

El tercero de los capítulos contiene la parte práctica del estudio: dos investigaciones cualitativas basadas en el anterior marco teórico que pretenden analizar la perspectiva de una ilustradora digital en relación con su emprendimiento en Instagram y una observación de los comentarios que realizan los seguidores escritos en las publicaciones de ilustraciones digitales. A continuación, se ha realizado una investigación cuantitativa para analizar la perspectiva de los clientes/seguidores de este tipo de ilustraciones.

En el último capítulo, se mostrarán las conclusiones logradas acerca de la parte teórica y práctica de esta investigación, así como las limitaciones enfrentadas en el momento de realización de este presente trabajo. También, se expondrán las fuentes bibliográficas usadas y los diversos anexos que contienen una netnografía, una entrevista y una encuesta.

OBJETIVOS

El objetivo principal a lograr con este Trabajo de Fin de Grado es profundizar en la ilustración digital, más concretamente en las ilustraciones digitales personalizadas, y en cómo se puede llegar a impulsar este tipo de producto entre los usuarios de Instagram a través del estudio de las estrategias de marketing más idóneas y a través del conocimiento sobre el tipo de cliente de estas ilustraciones digitales personalizadas y sus motivaciones a la hora de la adquisición y a la hora de seguir perfiles en Instagram sobre ilustraciones digitales.

Este propósito general se puede fragmentar en los siguientes objetivos específicos:

- Los objetivos definidos a nivel teórico son los siguientes:
 1. Estudiar el uso de estrategias de marketing en Instagram como forma de crecer en esta red social y conseguir un modelo de negocio estable.
 2. Profundizar en el conocimiento sobre la ilustración digital, sus orígenes, su proceso de elaboración, sus variedades y ámbitos de aplicación.
 3. Analizar el marketing mix del negocio de las ilustraciones digitales personalizadas en Instagram para conocer sus productos, precios, distribuciones y promociones.

- Los objetivos definidos a nivel práctico son los siguientes:
 1. Conocer la opinión y la experiencia de los ilustradores digitales sobre el uso de Instagram, desde una perspectiva del marketing, para vender sus productos.
 2. Analizar la perspectiva de los clientes de las ilustraciones digitales personalizadas para intentar conocer sus gustos y motivaciones sobre el tema.
 3. Observar, analizar e interpretar los comentarios y reacciones de los instagrammers a las ilustraciones publicadas por los ilustradores digitales, para conocer los temas que generan conversaciones en Instagram y, con ello, entender mejor los gustos de estos usuarios.
 4. Conocer el interés de los usuarios de Instagram por seguir cuentas de ilustraciones digitales y sus motivaciones de por qué lo hacen, qué les gusta ver, entre otros.
 5. Identificar el consumidor y seguidor tipo de las ilustraciones digitales personalizadas en base a su comportamiento de compra. Con ello, se sabrá su conocimiento del producto, motivos de compra o nivel de satisfacción, entre otros aspectos.

METODOLOGÍA

Con el fin de la consecución de los objetivos anteriormente mencionados y la realización de forma eficiente de esta investigación de mercados, el contenido de este presente Trabajo de Fin de Grado se ha dividido en dos grandes bloques: el primero, en el que se han obtenido datos mediante fuentes de información secundaria y el segundo, en el que se han utilizado fuentes de información primaria más específicas y adaptadas al estudio. Con los datos recopilados, se ha formado un marco teórico y, después, un estudio práctico.

En primer lugar, para la obtención de información secundaria sobre el tema de investigación se ha llevado a cabo una profunda búsqueda de información teórica sobre Instagram, el uso del marketing en esta red social y las ilustraciones digitales, sus orígenes y sus usos. Para ello, se han utilizado fuentes de información secundaria tales como:

- **Bases de datos:** se han consultado una serie de estadísticas, artículos y revistas digitales publicadas en las bases de datos de Statista, INE, Proquest, ABI/Inform o Dialnet. También se han consultado Trabajos de Fin de Grado disponibles en las bases de datos de las correspondientes Universidades, como por ejemplo Bulería. Además, se ha recurrido a la red social Instagram para consultar tanto datos estadísticos como datos más de tipo cualitativo. Algunas de las fuentes bibliográficas han sido consultadas tanto en castellano y/o en inglés.
- **Páginas web especializadas:** algunas de las webs consultadas tratan temas sobre marketing en redes sociales, distintos estilos artísticos de ilustraciones digitales, Instagram, distintos softwares de diseño gráfico, ... Una de estas webs consultadas sería ESDESING, escuela superior de diseño de Barcelona.
- **Perfiles profesionales en Instagram:** también se han consultado múltiples cuentas profesionales de varios ilustradores digitales especializados en la personalización de ilustraciones digitales. Algunas de estas cuentas son @miss_littlebig, manejada por Paola Grande, y @laiaart, dirigida por Laia Vázquez.

Las fuentes de información secundaria anteriormente mencionadas sólo recogen una pequeña parte de los datos utilizados. Toda la información utilizada de carácter secundario se encuentra referenciada al final del presente trabajo.

En segundo lugar, para complementar la información recabada a través de la revisión bibliográfica de fuentes secundarias, se ha llevado a cabo varios estudios empíricos a través de técnicas cualitativas y cuantitativas.

En las técnicas cualitativas se ha realizado, en primer lugar, una netnografía, es decir, una observación en Instagram de las publicaciones de ilustraciones digitales publicadas por parte de los ilustradores, durante un periodo de tiempo, y de las reacciones o comentarios de los usuarios de Instagram a dichas publicaciones, tanto seguidores como no seguidores de estos creadores de contenido (ver Anexo I). En segundo lugar, se ha realizado una entrevista en profundidad a Laia Vázquez, ilustradora y creadora de la marca personal @laiaart, con el objetivo de conocer su punto de vista con respecto a su emprendimiento en Instagram y el feedback obtenido por parte de sus seguidores (ver Anexo II).

En cuanto a las técnicas cuantitativas, se ha diseñado un cuestionario en Google Forms y ha sido distribuido a través de las redes sociales de Instagram, LinkedIn y WhatsApp (ver Anexo III). Este cuestionario ha sido dirigido, principalmente, a los clientes de este tipo de producto para conocer su nivel de satisfacción, sus motivos de compra o su opinión sobre el producto, entre otros aspectos. También, ha sido dirigido a aquellos usuarios que siguen en Instagram algún perfil sobre ilustración digital y los motivos de esto. El cuestionario consta de un total de 31 preguntas divididas en 4 secciones(ver Anexo III):

Figura 0.1. División de las preguntas del cuestionario

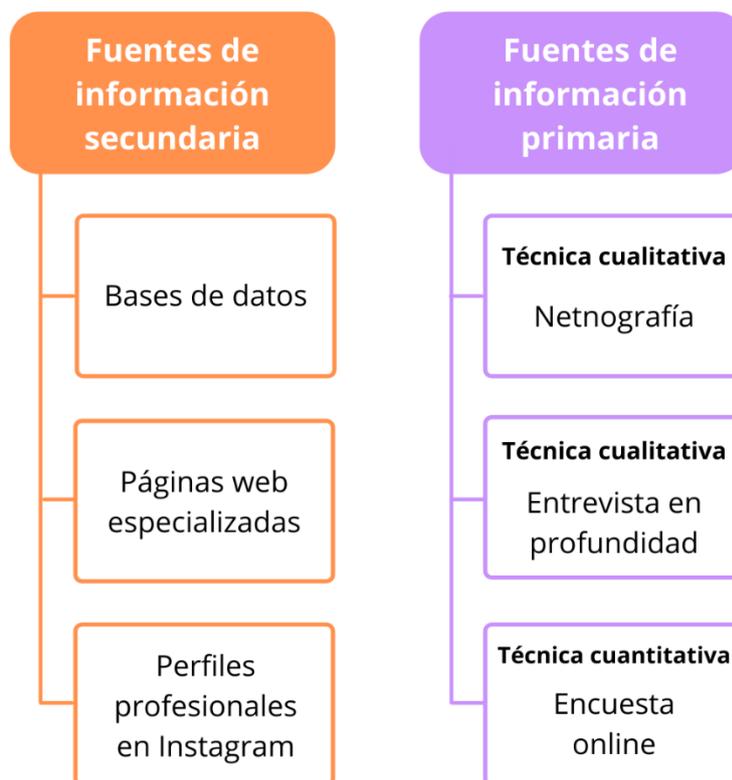


Fuente: Elaboración propia

Además, para facilitar la gestión y organización de los datos se han realizado tres preguntas filtro para identificar a los usuarios encuestados que sí han adquirido al menos una ilustración personalizada, los que tienen un perfil social en Instagram y los que siguen alguna cuenta en esta red social relacionada con las ilustraciones digitales. Por tanto, podríamos crear dos grupos: los encuestados que han encargado una ilustración digital personalizada y los que tienen un perfil social en Instagram y, a la vez, siguen un perfil relacionado con este sector.

El tipo de muestreo que se utilizó es el “muestreo no probabilístico por conveniencia” debido a su sencillez, rapidez y mejor accesibilidad de los encuestados. También se ha utilizado el método “bola de nieve”, un método no probabilístico en el que los individuos encuestados reclutan a nuevos individuos de su entorno hasta que la muestra alcanza el tamaño a perseguir. Por lo tanto, en esta investigación la encuesta online ha sido difundido entre los contactos de WhatsApp de la investigadora y estos contactos entre los suyos.

Figura 0.2. Resumen metodológico



Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 1. INSTAGRAM Y EL USO DEL MARKETING EN ESTA RED SOCIAL

1.1.EL ORIGEN Y LA EVOLUCIÓN DE INSTAGRAM

Esta red social nació en octubre de 2010 de la mano de Kevin Systrom y Mike Krieger, dos informáticos amantes de la fotografía que encontraron una oportunidad de mercado en el momento en que la fotografía a través de los móviles adquiría mayor popularidad (Gil, 2021). A partir de este descubrimiento, desarrollaron una aplicación que inicialmente bautizaron como Burbn, que consistía en una app de geolocalización y check-in. Pero los creadores se dieron cuenta de que lo que realmente interesaba del programa eran las fotos que se subían de los lugares. A partir de ese momento, se enfocaron completamente en el retoque y publicación de imágenes, creando una nueva versión de la aplicación denominada Instagram. Este nombre se origina al juntar el concepto de «instantánea» y «telegrama», palabras que hacen que los creadores lo asemejen a las fotografías Polaroid de su infancia. Por ello, al principio las fotografías eran publicadas en un formato cuadrado, en honor a estas cámaras (de la Hera, 2021).

Un aspecto a destacar es que en enero de 2011 Instagram se convirtió en la red pionera en popularizar el uso de los hashtags, con lo que se facilitaba a los usuarios de la red a descubrir fotografías que el resto de los usuarios compartían sobre el mismo tema, es decir, facilitaba el proceso de búsqueda y de viralización. Gracias al nuevo enfoque fotográfico Instagram se convirtió, desde sus primeros meses de vida, en la mayor red de fotografía, llegando a tener más de 100 millones de usuarios activos, a pesar de que inicialmente fuera lanzada únicamente para dispositivos Apple. No obstante los desarrolladores, al ser conscientes del gran éxito de su aplicación, dieron el paso de entrar a otros sistemas operativos. De esta forma, en abril de 2012, Instagram se lanzó en Android, ganando con ello más popularidad y renombre.

Tras el gran boom de Instagram, Mark Zuckerberg, el creador de Facebook, le llamó la atención su gran potencial, por lo que en 2012 decidió comprar la aplicación y ofreció a los creadores el derecho a mantener cierta independencia administrativa y 1.000 millones de dólares en efectivo y en acciones. Con la compra por parte de Facebook, empezaron a llegar múltiples mejoras. Entre ellas destacan: la posibilidad de etiquetar a personas en las fotos, los mensajes directos con fotografías o vídeos, la llegada de los anuncios y

publicidad dentro de Instagram, los vídeos en directo, ... y muchas más mejoras que posteriormente se explicaran. Lo que se mantuvo durante varios años fue el diseño sencillo, intuitivo y atractivo de la aplicación.

Pero hubo un cambio polémico que no fue muy bien recibido debido al impactante resultado: el rediseño del logotipo de Instagram. En 2016 la aplicación estrenó un logo muy diferente al anterior. La explicación a este cambio fue que los desarrolladores querían reflejar las formas vibrantes y creativas en las que se pueden compartir las historias, fotografías y vídeos por medio de Instagram.

Imagen 1.1. Rediseño del logotipo de Instagram en 2016



Fuente: Haz Historia, 2017

Observando la imagen, se puede ver que el logotipo ha pasado de un concepto retro a un diseño minimalista, plano y con un llamativo fondo degradado de varios colores. Esta versión actualizada está inspirada en el ícono anterior, aunque el nuevo diseño presenta una cámara más sencilla y el arcoíris previo se mantiene mediante la gradación de colores. Es decir, con este nuevo logotipo los desarrolladores pretenden desprenderse de la imagen de que Instagram es una aplicación únicamente para fotografías («El nuevo logo de Instagram», 2017).

Pero este cambio no es únicamente por fuera. La interfaz de la aplicación también fue rediseñado a un concepto más sencillo con el blanco con el color predominante. Otro aspecto que se rediseñó fueron los iconos de las aplicaciones Boomerang, Hyperlapse y Layout (se explicarán más adelante), las cuales sirven como complemento a Instagram.

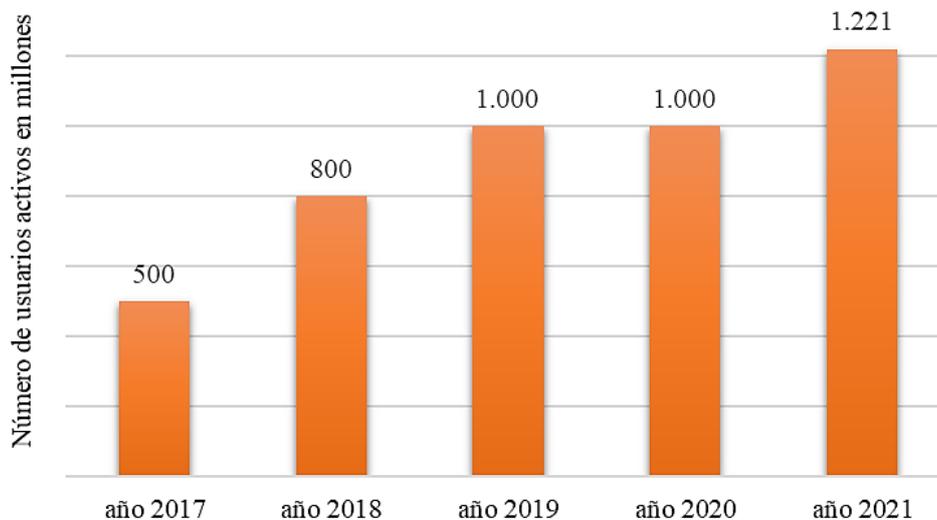
Imagen 1.2. Rediseño de la interfaz de las aplicaciones complementarias de Instagram



Fuente: Haz Historia, 2017

En la actualidad, Instagram se ha convertido en la cuarta red social más popular y utilizada del mundo, siendo la aplicación social preferida de las generaciones tecnológicas más jóvenes. Este aumento de popularidad fue debido en gran parte por la pandemia mundial, que provocó que la aplicación pasara del sexto puesto en 2020, con 1.000 millones de usuarios, al cuarto lugar en 2021 con un total de 1.221 millones de usuarios activos mensuales, es decir, tuvo un crecimiento del 22,1% (Galeano, 2021).

Gráfico 1.1. Evolución del número de usuarios activos en Instagram en el período 2017-2021 (en millones)

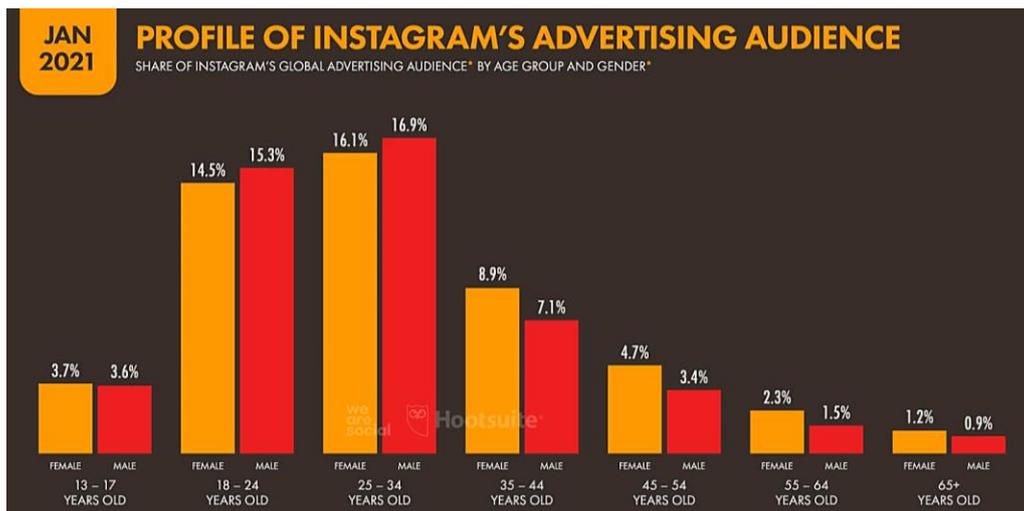


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Statista, 2021b, y de Mejía Llano, 2021

En el gráfico 1.1. se puede observar la evolución que ha tenido Instagram desde el año 2017, teniendo unos 500 millones de usuarios activos, hasta el 2021, alcanzando, como ya se ha mencionado, unos 1.221 millones de usuarios activos al mes. Por lo tanto, se puede ver una tendencia creciente a lo largo de los años, es decir, podemos sacar la conclusión de que esta red social seguirá creciendo durante una buena temporada.

1.2. DATOS ESTADÍSTICOS SOBRE LA APLICACIÓN

Tras conocer la evolución en el tiempo de Instagram, se va a establecer un contexto actual sobre la aplicación y sobre los usuarios de esta red social a nivel mundial. Como ya se ha mencionado antes, Instagram se ubica en la cuarta posición con más usuarios activos al mes, siendo un 51% de los usuarios de sexo femenino y el 49% restante masculino (Shum, 2021). De entre estos usuarios, se puede hacer una clasificación según la edad y el sexo.

Gráfico 1.2. Número de usuarios en Instagram divididos según el sexo y la edad en 2021

Fuente: Hootsuite and We Are Social, 2021

Observando el gráfico 1.2. podemos observar que el grupo más importante se sitúa entre los 18 años hasta los 34 años, lo que representa casi un 63% del total de usuarios, es decir, serían unos 766,7 millones de usuarios a nivel mundial. Del conjunto de internautas, de media se pasan 30 minutos al día conectados a Instagram (Newberry y Enriquez, 2021), que en comparación con los 145 minutos de media que los usuarios de Internet de todo el mundo pasan al día conectados a las redes sociales, supondría el 20,7% de su tiempo en plataformas sociales (Roa, 2021).

Pasando al alcance de Instagram por país, Estados Unidos e India son los países con mayor número de usuarios, en concreto ambos poseen 140 millones de internautas. EN segundo lugar, se encuentra Brasil con 99 millones de usuarios y, en tercer lugar, está Indonesia con 85 millones. En el caso de España, se encuentra en décimo tercera posición en el ranking mundial con 21 millones de usuarios activos al mes.

En cuanto al comportamiento del usuario en la red social, los internautas publican en el feed ¹ de Instagram un promedio de 1,56 veces por día y con una tasa de interacción o engagement ² del 0,85%, dividiéndose estas publicaciones en los siguientes formatos (Shum, 2021):

- Un 64,9% de imágenes, con una tasa de interacción del 0,88%.

¹ Es la vista de Instagram en donde puedes observar todas las publicaciones que un usuario ha subido a su perfil ordenadas de forma temporal.

² Capacidad de una marca o un producto para crear relaciones sólidas y duraderas con sus usuarios generando un compromiso junto con su audiencia a través de distintas comunicaciones entre sí.

- Un 17,8% de vídeos con un 0,55% de interacción, aunque este porcentaje de engagement puede variar según el contenido del vídeo, su duración, el momento de publicación, ...
- Un 17,3% en carruseles con un engagement de 1,05%, aunque este formato está en tendencia, por lo que el porcentaje de interacción seguramente que aumente.

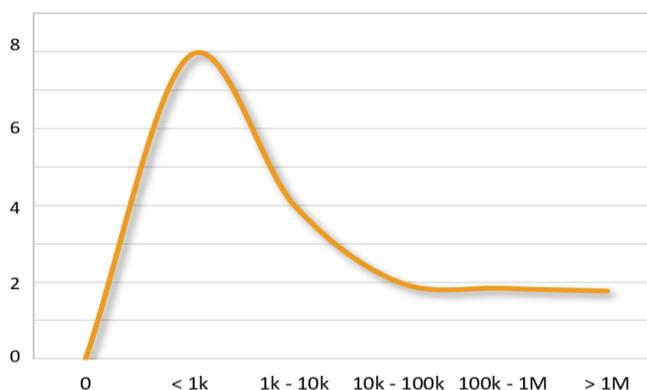
Figura 1.1. Conclusiones sobre el comportamiento de los usuarios de Instagram



Fuente: Yi Miu Shum, 2021

Pero un aspecto a destacar del engagement es que a medida que aumenta el número de seguidores de una cuenta de Instagram, más disminuirá el número de likes y comentarios que obtenga. Observando el gráfico 1.3., podemos ver que existe un pico alrededor de los 1.000 seguidores, por lo que las cuentas con menos de 10.000 seguidores tienen un engagement de 1,29%. Tras el máximo valor en el gráfico, se puede ver una caída hasta el rango de 10.000-100.000 seguidores, con una tasa de interacción de 1%. Para finalizar, a partir de los 100.000 fans, los datos de engagement se estabilizan manteniéndose en un 0,73%. Según esta tendencia, la mejor relación comunidad/engagement se encuentra en el rango de 10.000 a 100.000 seguidores (Morales, 2021).

Gráfico 1.3. Tasa de likes y comentarios media por número de seguidores en el 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Digimind, 2021

1.3.NUEVOS FORMATOS COMUNICATIVOS EN INSTAGRAM

Como ya se ha mencionado anteriormente, Instagram ha ido evolucionando a lo largo del tiempo, pasando de ser una plataforma destinada únicamente para compartir fotografías a convertirse en una red social en la que los usuarios crean comunidades, se interrelacionan entre ellos, comparten sus vivencias, se mantienen al día de las últimas tendencias, hacen compras de productos de todo tipo, etc. Todo esto es posible gracias a los nuevos formatos comunicativos que Instagram tiene implementado en su plataforma, lo que repercute principalmente en la forma en que los usuarios se expresan y conecta con sus seguidores. Estos nuevos formatos comunicativos son (Instagram, 2021):

- **Reels:** vídeos cortos de hasta 60 segundos con varios clips en los que el usuario puede dar rienda suelta a su creatividad a través de textos con distintas tipografías, una gran variedad de filtros y herramientas de audio muy intuitivas de usar, pudiendo utilizar tanto audios almacenados en la biblioteca de Instagram como la propia voz en off del usuario. Además con la herramienta “Align”, disponible en la propia app, se pueden alinear objetos entre clips para asegurarse de que la cámara esté siempre en la misma posición que antes y, con ello, se consiguen unas transiciones más fluidas. También, los reels permiten realizar remixes entre los usuarios, es decir, grabar tu propio vídeo junto con el de otra persona para dar tu punto de vista, crear algo nuevo, colaborar con otros miembros de la comunidad, etc. Lo bueno de este formato comunicativo es que tiene un altísimo potencial para la virilidad ya que el alcance³ es mucho mayor en comparación con otros formatos. Estos vídeos de corta duración le hacen la competencia a TikTok ya que permite a los usuarios visionar contenido rápido y de forma atractiva y sencilla.
- **Historias:** formato con una duración de 24 horas a través del cual los usuarios pueden compartir momentos y vivencias de su día a día de forma rápida y cómoda, pudiendo utilizar tanto imágenes como vídeos con textos, GIF’s, stickers, música, filtros o efectos mediante las herramientas de “Boomerang”, “Hyperlapse” y/o “Superzoom”. Además, a través de este formato se puede interactuar con los seguidores propios agregando stickers de preguntas, de encuestas, de “Envíame un MD”, ... para compartir y recibir comentarios. Un aspecto a señalar es que se pueden crear *historias destacadas* en el perfil, es decir, se puede alargar la vida

³ Número total de usuarios que han visto al menos una vez un contenido en redes sociales.

de las historias publicadas durante más de 24 horas fijándolas en el perfil y agrupándolas en función de su temática. El formato de las historias se ha convertido en uno de los favoritos para las marcas y empresas a la hora de interactuar con su audiencia y sus clientes ya que es el recurso más visualizado por los usuarios en Instagram.

- **Messenger:** formato que permite a los usuarios enviar mensajes directos o “MD”, compartiendo de forma privada textos, fotos, vídeos, reacciones personalizadas, selfies con filtros y efectos e incluso publicaciones de Instagram con otros internautas de esta red social. También permite comunicarse a través de videochat y hasta compartir mensajes y/o fotos a través del *modo efímero* para que éstos se eliminen tras haber sido visualizados.
- **Vídeo:** formato parecido a los *reels* pero con una duración de hasta 60 minutos y con la posibilidad de visionarlos a pantalla completa. Además, los usuarios pueden explorar estos vídeos según sus intereses, por lo que podrán descubrir y ver contenido de los creadores que siguen y de los que quizá les gustaría seguir. Anteriormente, este formato se denominaba “*Instagram TV (IGTV)*” pero la plataforma lo descartó porque los usuarios apenas lo utilizaban. Por lo que los desarrolladores quisieron darle un lavado de cara a través de un nuevo nombre. Estos vídeos de larga duración le hacen la competencia a YouTube ya que permite a los usuarios compartir contenido de diversas temáticas.
- **Compras:** pestaña de Instagram en la que los usuarios pueden investigar, descubrir y comprar productos sin tener que abandonar la aplicación para poder realizar la adquisición. El proceso de compra es el siguiente: cuando el usuario esté interesado en un producto que haya visto en el feed o en las historias de un creador, puede tocar la etiqueta de ese producto para obtener información sobre su nombre, el precio o sus características. Tras esto, el cliente puede guardar el artículo en su lista de deseos privada para comprarlo más tarde o comprarlo en ese momento directamente sin salir de la plataforma. Por lo tanto, Instagram es el lugar perfecto para las empresas que quieren conectar con sus clientes.
- **Buscar y explorar:** esta funcionalidad permite al usuario explorar publicaciones, cuentas de otros creadores y temas interesantes en función de las personas que sigue el usuario y las publicaciones que le gustan y con las que interactuó en el pasado. Al actualizar la sección “*Explorar*” el internauta podrá ver una nueva

selección de fotos y vídeos basados en sus intereses, por lo que siempre estará descubriendo nuevos contenidos a través de una cuadrícula dinámica.

- **Directos o Instagram Live:** recurso que se encuentra dentro de las historias de Instagram y que consisten en retransmisiones en directo de los creadores de contenido que permiten a los usuarios interactuar en el propio directo a través de reacciones, me gustas y comentarios. Además, es posible invitar a amigos y/o espectadores a participar en el live. Tras la pandemia, este formato ayudó y mejoró la comunicación entre las empresas y los usuarios para fomentar la retroalimentación y la interacción bilateral.

1.4.EL USO DEL MARKETING EN INSTAGRAM

Con el paso del tiempo, Instagram se ha sumado al grupo de los medios sociales que ofrecen grandes oportunidades a empresas, negocios, marcas y profesionales para llevar a cabo acciones de marketing y publicidad de forma gratuita y sencilla. Esto es posible debido a que es un canal comunicativo en el que la creatividad a través de imágenes y vídeos juega un papel muy importante para llamar la atención de posibles clientes y poder interactuar con ellos. A esto hay que sumarle las decenas de millones de usuarios que permanecen activos en Instagram (Ramos, 2013).

Antes de detallar y explicar las diferentes estrategias en redes sociales, debemos entender lo que es el marketing. Consultando la definición existente en el diccionario de *Puromarketing* encontramos que el *marketing* es “término utilizado para referirse al conjunto de técnicas o estrategias utilizadas para estudiar el comportamiento de los mercados, la gestión comercial de las empresas y de las necesidades de los consumidores.” (*¿Qué es el Marketing?*, s. f. a). Y, ¿qué se entiende por estrategia de marketing? Examinado la definición en el diccionario de *HubSpot* encontramos que una *estrategia de marketing* es “ el estilo y el método que se usa para crear oportunidades de venta. Sirve para comunicar y posicionar los productos y servicios de una empresa, y se traduce en líneas operativas que permiten llegar a un mercado meta por los canales idóneos.” (Sordo, 2021).

Ya sabemos que los millones de usuarios globales se pasan más de 2 horas al día navegando por las redes sociales, por lo que esto es una gran oportunidad para las empresas para llegar a más consumidores con los que poder interactuar de manera directa.

Para conseguir esto, es necesario una buena estrategia de redes sociales, pero ¿cómo se puede desarrollar de manera eficiente? Para ello, se recomienda que antes de planificar una estrategia se respondan a las siguientes preguntas (Proforma Graphic Services, 2020):

- **¿Cuáles son los objetivos?** Es muy importante saber que metas se deben perseguir a corto, medio y a largo plazo. Con esto se podrá saber el rumbo a seguir y si se va por el buen camino o si nos estamos desviando. Un aspecto importante a destacar es los objetivos de social media deben estar directamente relacionados con los objetivos empresariales para ser lo más eficiente posible.
- **¿Qué plataformas se deberían utilizar?** Para la elección del canal de comunicación se deben tener en cuenta los objetivos establecidos de acuerdo con la estrategia de marketing que se establezca. También hay que tener en cuenta que debemos saber dónde se encuentran principalmente nuestra audiencia. Pero independientemente de los objetivos o de los canales de comunicación, es muy importante adaptar cada contenido a cada tipo de canal de comunicación.
- **¿Cuál es el buyer persona?** Este es el paso más significativo para elaborar una buena estrategia de contenidos. Un *buyer persona* es el arquetipo del cliente ideal, es decir, es la imagen ficticia de los clientes potenciales. Para darle forma a la audiencia objetivo se deben definir sus características y principales intereses, sus deseos y necesidades, sus inquietudes, etc. (Derteano, 2017).
- **¿Cuáles son los competidores?** Tras determinar la audiencia objetivo, se debe analizar a la competencia para saber cuáles son sus puntos fuertes y débiles, su formato de contenido, su tipo de audiencia, su frecuencia de publicación de contenido, entre otros aspectos. Con ello, se podrá destacar del resto de competidores (Decker, 2021).

1.4.1. Estrategias de marketing genéricas

Tras determinar y desarrollar con detalle cada una de las anteriores preguntas, se podrá planificar y llevar a cabo una buena estrategia de marketing. Y, ¿cuáles son las estrategias existentes en la actualidad? Hay muchísimas tácticas de marketing que se usan a diario por millones de empresas cada día. Por esta razón, se van a mencionar de manera simplificada las estrategias más genéricas y se detallarán aquellas más útiles y específicas para su uso en Instagram. Algunas de las estrategias de marketing más comunes son (Sordo, 2021):

- **Estrategias de segmentación:** con esta táctica se puede determinar a qué clientes se desea alcanzar. Para segmentar a esta audiencia, se puede seguir una estrategia de marketing masiva, una más diferenciada apelando a las características distintivas de varios tipos de audiencia o una estrategia de marketing *one to one*, es decir, fijándose en las características individuales de cada cliente.
- **Estrategias de posicionamiento de marca:** consiste en posicionar la marca para que los clientes la tengan en mente en primer lugar. Para conseguir esto, se necesita hacer una investigación para saber cómo es percibida la competencia por los usuarios, qué es lo que necesitan los clientes, cuál es la ventaja competitiva, ...
- **Estrategias de penetración en el mercado:** esta táctica persigue el crecimiento de la empresa ofreciendo más cantidad de producto en más lugares. También se puede crecer vendiendo el mismo producto en nuevos mercados o progresar oferta nuevos productos en el mercado actual.
- **Estrategias de marketing digital:** consiste en posicionar la marca en Internet a través de técnicas como el *inbound marketing* para atraer y convertir a usuarios en clientes de manera orgánica o el *outbound marketing* para captar consumidores pero con métodos directos y unidireccionales.
- **Estrategia de marketing de boca en boca:** esta táctica es una de las más buscadas por las empresas ya que el cliente se convierte en un embajador de la marca, recomendando los buenos servicios ofertados por la empresa a sus amigos y/o familiares. Este aspecto podría ir de la mano con la estrategia de fidelización.
- **Estrategias de marketing directo:** esta técnica consiste en una comunicación directa entre la empresa y el cliente a través de un mensaje personalizado. Por lo tanto, se prescinde del intermediario y de la publicidad masiva y genérica.

1.4.2. Estrategias de marketing para crecer en Instagram

A continuación, se procederá a explicar con detalle las estrategias más útiles a utilizar Instagram para obtener un gran crecimiento (Expansión, 2019):

La primera estrategia a detallar sería **generar contenido de alto valor** para los usuarios. Esta técnica es el pilar de comunicación a través de redes sociales para cualquier empresa ya que permite atraer a los usuarios y conectar con ellos a través de la creación y publicación de video tutoriales, de reseñas, o informando sobre las tendencias del sector o sobre los productos ofertados, ... todo esto para educar al cliente actual sobre la empresa

y poder resolver un problema de forma muy visual y sencilla. Con esta técnica también se puede atraer a la audiencia objetivo con el objetivo de que se conviertan en nuevos clientes de manera no intrusiva.

La segunda estrategia es **involucrar al consumidor en la creación de contenido**, es decir, las marcas deben permitir que los usuarios puedan opinar sobre aspectos importantes de sus empresas para hacerles sentir partícipes y, con esto, se podrá crear una comunidad virtual en la que los usuarios den su opinión a través de encuestas, preguntas, mensajes directos o comentarios en las publicaciones.

La siguiente estrategia es **apostar por los sorteos en las redes sociales** ya que esta técnica es considerada un trampolín de crecimiento para las empresas. Para ello es importante que las marcas fomenten la participación y la diversión de los usuarios para poder fidelizar a la audiencia actual y captar a nuevos seguidores. Con esto se podrá incrementar y fortalecer la comunidad de usuarios. Pero hay que tener en cuenta que esta estrategia es un arma de doble filo ya que puede ocurrir que los nuevos seguidores no estén realmente interesados en la marca, por lo que seguramente no van a interactuar con la empresa (Carrasquilla, 2020). Por lo tanto, si se tiene como objetivo lograr un crecimiento rápido en Instagram esta técnica es muy útil para lograrlo, pero si lo que se quiere es conseguir un crecimiento orgánico y real con una comunidad fiel y de calidad, posiblemente esta técnica no es la más indicada.

La cuarta estrategia es **invertir en influencers para llegar a más usuarios** ya que estas figuras de influencia generan una alta empatía y cercanía a través de las cuales los usuarios se sienten identificados con ellos. Para que este marketing de influencia sea útil se deben buscar influencers especializados que tengan credibilidad, reputación y un gran alcance. Gracias a todo esto, habrá un aumento de las conversiones ya sea en forma de ventas, del número de seguidores o de generación de leads⁴.

La siguiente estrategia es **adentrarse en otras plataformas audiovisuales** como por ejemplo en YouTube. Con esta estrategia de multicanalidad lo que se pretende es ampliar el alcance de las acciones de comunicación a través de un mayor número de canales y tratando de maximizar el rendimiento en cada uno de ellos. Esta estrategia será clave ya

⁴ Usuario con cierto interés en obtener lo que oferta una empresa, por lo que facilita sus datos personales a ésta para obtener algo a cambio. Por tanto, es un cliente potencial.

que el contenido audiovisual cada vez es más demandado por los usuarios, generando un mayor impacto y un mejor vínculo con los internautas. Pero un aspecto importante es adaptar cada contenido a cada canal de comunicación, como ya mencionamos antes.

Siguiendo con la siguiente táctica, se debe **desarrollar una conexión emocional y empática con los seguidores** ya que, al tratarse de una estrategia realizada en una red social, lo más lógico es comunicarse de manera directa y bidireccional con los usuarios. Por lo tanto, las empresas deben fomentar una comunicación cercana, auténtica y sencilla con sus seguidores para generar un vínculo estrecho y empático.

La séptima estrategia es **aprovechar la temporalidad** en redes sociales, es decir, es aconsejable planificar una estrategia de contenido de acuerdo con los momentos y fechas clave para la audiencia en Instagram. Por ejemplo, publicar tips de decoración navideña en Navidad, ideas para regalar el Día de San Valentín, promover recetas para el Día de la Madre, etc. Gracias a esto, las empresas proveerían a los usuarios de contenido muy demandado, acorde a cada fecha especial del año, generando así buen contenido de valor.

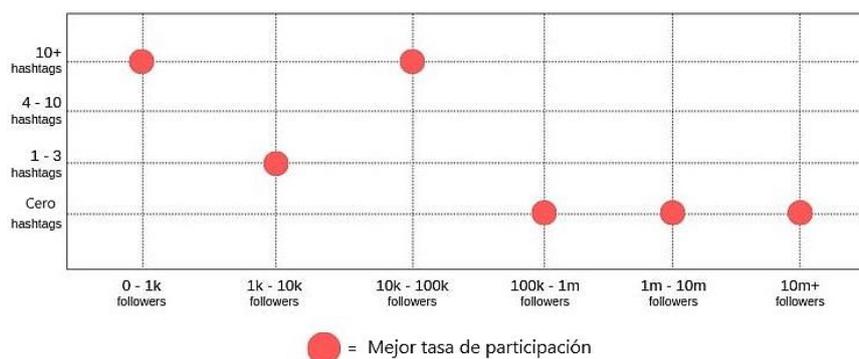
La octava táctica es **aprovechar y participar en las tendencias virales** denominadas *challenges y/o trending topics*. Esto es un punto clave ya que las empresas deben prestar atención a las tendencias del momento para adentrarse en ellas y crear contenido de valor acorde a estas temáticas. Con esto, se podrá captar la atención de un gran número de usuarios y, si hay suerte, hasta volverse viral.

La siguiente estrategia es **diseñar cobrandings y colaboraciones digitales**. Para ello, se debe colaborar con marcas afines a la nuestra para maximizar el impacto de las acciones de comunicación y, así, captar la atención del usuario. Actualmente, Instagram ha habilitado una opción para que dos marcas que colaboren juntas puedan postear una misma publicación pero que esté compartida en ambos perfiles a la vez.

La décima técnica es utilizar una **buena estrategia de hashtags**. Este punto es clave para llegar a un mayor número de usuarios en Instagram pero ¿qué es exactamente un *hashtag*? Este concepto sirve etiquetar una publicación dentro de una temática para que los usuarios de una red social puedan encontrar más fácilmente este post, pero para ello el usuario debe seguir el hashtag utilizado en la publicación o realizar una búsqueda relacionada con el tema publicado (Rocamora, 2021). Ahora que ya se entiende el concepto, hay varios puntos que hay que explicar para desarrollar una buena estrategia de hashtags:

- Lo primero de todo es decidir qué tipo de estrategia de hashtags se va a utilizar ya que hay dos alternativas. Una de ellas sería utilizar los hashtags más grandes, con mayor número de publicaciones, con más seguidores y con un nivel más alto de competencia, como por ejemplo #comida, #ropa o #mascotas. Y la otra estrategia, y las más recomendable, sería utilizar una estrategia de *long tail*, es decir, utilizar hashtags más específicos para el nicho en el que se opera. Por ejemplo, si una empresa vende zapatillas lo mejor sería que utilizara hashtags como #zapatillasdeportivasmujer, #zapatillascómodasniños o #zapatillastranspirables.
- Otro punto es crear variaciones de hashtags a partir de una palabra. Lo ideal sería escoger un concepto con un gran número de publicaciones y crear variaciones a partir de él. Para crear estas nuevas variantes, Instagram ofrece su ayuda ya que al escribir un hashtag siempre muestra una lista con variantes de esa palabra. A partir de esta enumeración, las empresas deben escoger los hashtags en función de su tamaño y, como ya hemos mencionado, cuanto más específicos sean mejor.
- Es recomendable usar distintos tipos de hashtags para abarcar un mayor número de usuarios a los que alcanzar e impresionar. Hay varios tipos como por ejemplo relacionados con tendencias, geográficos, de actualidad, de marca, de sector, etc.
- Los hashtags no son un mero adorno, es vital utilizar un pequeño pero muy específico para obtener un mayor rendimiento. Lo recomendable sería utilizar alrededor de 10 hashtags, pero debemos tener en cuenta el número de seguidores para escoger el número de etiquetas:

Gráfico 1.4. Tasa de participación por número de hashtags utilizados



Fuente: Diaz, 2021

Observando el gráfico 1.4. podemos ver que si se tiene un perfil entre 0 y 1.000 seguidores es conveniente utilizar alrededor de 10 hashtags, pero a partir de

100.000 no es necesario utilizar ninguno ya que este tipo de cuentas ya tienen un gran alcance entre los usuarios de Instagram.

- El último punto a considerar es crear varios grupos de hashtags y rotarlos ya que es aconsejable no repetir un mismo hashtag más de tres veces en publicaciones seguidas para evitar el shadowban⁵ (Rocamora, 2021). Esto se puede producir al utilizar siempre los mismos hashtags, dando a entender que ese contenido es spam.

Para finalizar, la undécima táctica es **utilizar una estrategia de video marketing** ya que existe una tendencia creciente entre los internautas de visionar cada vez más contenido audiovisual. Según las estadísticas, en 2019 el 80% del tráfico en Internet era vídeo y en 2022 se estima que el porcentaje subirá al 85%. En cuanto a los usuarios, el 78% ve vídeos semanalmente, pasando 7 horas y 55 minutos por semana viendo contenido audiovisual («Estadísticas de video marketing.», 2021). Ante este gran incremento, lo lógico sería sumarse a esta tendencia de vídeo en Instagram a través de la publicación de vídeos de un minuto, varias historias al día y, sobre todo, de los *reels*. Como ya se ha mencionado antes, estos vídeos dinámicos y atractivos tienen un grandísimo alcance entre los usuarios de la red social, por lo que es más fácil conseguir que se viralicen. Pero hay unos consejos a seguir para poder hacer un buen contenido audiovisual (Sublimedia, 2021):

- Usar la música en tendencia en el momento de publicar el reel ya que estos audios tienen la capacidad de captar la atención del usuario, conseguir engancharle hasta el final del vídeo y obtener así un mejor rendimiento.
- Otro consejo es “humanizar” los vídeos, pero ¿qué significa exactamente esto? Como ya sabemos, Instagram es una red social en la que se crean comunidades a partir de las interacciones entre los internautas, por lo que a los usuarios les gusta más ver contenido en el que aparezcan personas.
- También es muy importante elegir un buen grupo de hashtags, como ya se ha mencionado anteriormente. Por tanto, para que los reels tengan un mejor funcionamiento y, con ello, unas mejores estadísticas, es crucial definir cuáles son los hashtags que mejor funcionan y más se ajustan al contenido del vídeo.
- Realizar vídeos de calidad, tanto a nivel de contenido como a nivel de imagen y resolución. Es muy significativo realizar vídeos con un gran contenido de valor, ya sea por sus datos interesantes, su nivel de entretenimiento, su dinamicidad o su

⁵ Restricción impuesta por Instagram a una cuenta que ha infringido algún término o condición de uso de la app. Esta restricción implica que dicha cuenta obtiene una caída en el alcance de sus publicaciones.

creatividad, que sean capaces de enganchar al usuario desde el principio, pero que a la vez tengan una mayor calidad, una mayor resolución de imagen y que el vídeo se adapte a las medidas del formato de vídeo.

1.5. LA IMPORTANCIA DE LAS ESTADÍSTICAS DE INSTAGRAM

Tras publicar un buen contenido de valor, es hora de analizar las estadísticas de los contenidos publicados en la cuenta. Este punto es crucial para crecer en Instagram ya que debemos conocer si nuestro esfuerzo ha surtido efecto y hemos conseguido un mayor alcance y más seguidores (Núñez, 2020). Por lo tanto, es aconsejable elaborar un informe de estadísticas mensuales. Para poder obtener y analizar las estadísticas de cuenta en Instagram, el primer paso de todos es crearse un perfil profesional o de empresa y que este perfil sea público (Bahí, 2020). En ese momento, Instagram creará las estadísticas de dicha cuenta y el administrador del perfil podrá ver los datos de forma sencilla.

1.5.1. Tipos de estadísticas

Para poder entender e interpretar las estadísticas en Instagram es necesario conocer previamente su tipología, hacer un desglose de ellas y conocer su significado.

Haciendo una primera clasificación general, las estadísticas se dividen en: Seguimiento de la actividad de los seguidores y en estadísticas sobre las publicaciones (Rubio y Huertas, 2017). Las **estadísticas sobre la actividad de los seguidores** proporcionan datos demográficos como el sexo, la edad, la ubicación por país y ciudad, e incluso información sobre los momentos de mayor actividad según la hora o el día de la semana. Con estos datos, las empresas pueden conocer un poco cómo son sus seguidores y, con ello, poder adaptar el contenido a cada grupo de usuarios, creando publicaciones más personalizadas y eficaces. En cambio, las **estadísticas sobre las publicaciones** proporcionan datos tanto generales como más específicos de la cuenta profesional que ayudan a las empresas a saber qué contenido ha gustado más a la audiencia y qué publicaciones han llegado a un mayor número de seguidores, entre otras cosas. Estas estadísticas abarcan la gran mayoría de formatos comunicativos de Instagram, es decir, hay datos estadísticos de las historias, de las imágenes y vídeos publicados, de los reels, de los directos y de las promociones de pago. Por lo tanto, hay que hacer una clasificación dentro de este grupo de estadísticas: estadísticas generales del perfil, estadísticas de las historias de Instagram y estadísticas detalladas en cada publicación.

1.5.1.1. Estadísticas generales del perfil

Estos datos muestran información de la marca y la interacción que tienen los seguidores y los no seguidores con ella pero de forma general. Dentro de este grupo, existen varios subgrupos (Núñez, 2020):

- Observando los **datos sobre el contenido**, podemos ver información general como el nº de publicaciones, historias y promociones publicadas en una semana.
- En cuanto a los **datos sobre la actividad**, se muestran el alcance de nuestra cuenta (nº de usuarios que han visto el contenido publicado durante los últimos siete días), las impresiones (nº total de veces que se han visto el contenido durante los últimos siete días), las interacciones (nº de acciones que los usuarios realizaron con la cuenta, como por ejemplo comentar o compartir una publicación), las visitas al perfil (nº de veces que los usuarios han visto el perfil) y los clics en el sitio web o en “*enviar correo electrónico*”.
- Pasando al siguiente subgrupo, podemos ver los **datos sobre la audiencia**. Aquí se encuentran los datos demográficos anteriormente mencionados. A mayores de estos datos, también se muestra información sobre el número total de seguidores, el aumento o la disminución de la audiencia y el número de usuarios que han dejado o han empezado a seguir la cuenta profesional.

1.5.1.2. Estadísticas de las historias de Instagram

Aunque las historias de Instagram tengan casi las mismas estadísticas generales explicadas en el subgrupo anterior, como por ejemplo las interacciones, el alcance o las impresiones, hay que hacer hincapié en algunas nuevas de ellas: las vistas muestran el número de personas que visualizaron la historia, las respuestas o mensajes de los usuarios a esa historia y la navegación, más concretamente las categorías de “*volver*”, “*siguiente historia*” y “*abandonos*”. Estos conceptos muestran el número de veces que los usuarios tocaron la historia para ver la anterior, para ver la siguiente y para abandonarla.

1.5.1.3. Estadísticas detalladas en cada publicación

En este grupo se encuentran dos conjuntos: las estadísticas principales y las secundarias. Dentro de las principales están, ordenados de mayor a menor importancia para Instagram, los guardados, los enviados, los comentarios y los me gustas. En cuanto a las secundarias se encuentran las interacciones, las visitas al perfil, los clics en el sitio web, el número de nuevos seguidores, el alcance y las impresiones.

CAPÍTULO 2. ILUSTRACIONES DIGITALES PERSONALIZADAS

2.1. CONCEPTO DE ILUSTRACIÓN DIGITAL PERSONALIZADA

Antes de ahondar en el concepto de ilustración digital personalizada, primero se van a explicar unos conceptos, de lo más general a lo más específico, para poder entender mejor el contexto del tema a investigar.

En primer lugar, es necesario entender lo que es la *ilustración* ya que actualmente mucha gente puede desconocer lo que significa con exactitud o lo entiende de forma parcialmente errónea. Esto se puede deber a que la RAE (2021) lo define de la siguiente forma: “estampa, grabado o dibujo que adorna o documenta un libro”. También lo define de esta manera: “publicación, comúnmente periódica, con láminas y dibujos, además del texto que suele contener”. Estas dos definiciones no son erróneas pero están muy incompletas, por lo que podemos definir el concepto de *ilustración* a través de la siguiente definición más completa de Arteneo (2015): “dibujo, pintura u obra impresa de arte que explica, aclara, ilumina, visualmente representa, o simplemente decora un texto escrito, que puede ser de carácter literario o comercial”. Hay una infinidad de definiciones que quieren transmitir el mismo concepto pero con distintos puntos de vista, como por ejemplo la interpretación de Ana Menéndez (s. f.): “Una ilustración es una creación visual que representa emociones, conceptos y/o transmite ideas”, o con la definición de Francisco Barber (2016): “Dibujo o imagen que suele acompañar a un texto para enriquecerlo y complementarlo, haciendo que la comunicación sea más sencilla para el usuario”.

Por lo tanto, tras conocer varias definiciones provenientes de varios ilustradores y profesionales de este sector, podemos concluir con una breve explicación sobre lo que es la ilustración tradicional, aglutinando todas las ideas anteriores: Este concepto es un movimiento artístico que agrupa una gran variedad de elementos, técnicas y valores del dibujo y la pintura, tanto de forma más expresiva y clara como de forma abstracta y subjetiva. A diferencia del dibujo tradicional, la ilustración tiene un carácter mayoritariamente comercial, siendo una de sus aplicaciones más conocidas en la publicidad. Esto se debe a su gran practicidad, su expresividad, su nivel de complejidad y su gran calidad a la hora de realizarse (Productor Pro, s. f.).

Ahora que ya entendemos lo que es la ilustración tradicional, podemos dar una definición de lo que es la *ilustración digital*. Según artistas digitales como Ana Menéndez (s. f.), “la ilustración digital no consiste en corregir una imagen, o digitalizar y editar dibujos creados previamente con técnicas gráficas analógicas, sino de crear directamente una imagen en el entorno digital”. Webs de ilustradores profesionales como Productor Pro (s. f.) añaden lo siguiente: “la ilustración digital es definida por su dependencia de herramientas como la computadora y diferentes programas que le ayudan al artista a generar, retocar o complementar imágenes, así como archivos digitales a través de sus propias formas de trabajo que simulan a las técnicas de la ilustración tradicional”. También se encuentra la definición de Xcolme (2019) que dice: “Es la realización de imágenes artísticas por medio de herramientas tecnológicas, principalmente el ordenador. De esta manera el artista puede crear una amplia gama de imágenes a partir del uso de programas que simulan técnicas tradicionales en un ambiente digital [...] La Ilustración Digital se combina muchas veces con la Ilustración Tradicional, para llegar a resultados muy personales y estilos únicos que están marcados por la impronta del artista”.

Por consiguiente, tras conocer varias definiciones sobre este concepto podemos concluir que la *ilustración digital* es aquel trabajo de ilustración gráfica que depende de herramientas electrónicas como ordenadores, tabletas gráficas, lápices ópticos, pantallas táctiles y/o programas informáticos como Adobe Photoshop o Adobe Illustrator para su realización. Es decir, no consiste en la corrección de ilustraciones tradicionales a través de técnicas digitales, sino en crear una ilustración directamente mediante herramientas digitales (Old Skull, s. f.). Además, aunque las ilustraciones creadas se capturen digitalmente, es posible combinar esta técnica digital con la ilustración tradicional para conseguir resultados más personales y únicos (Elisava, 2021).

Tras conocer con detalle lo que es el concepto de *ilustración e ilustración digital*, es hora de explicar lo que es la *ilustración digital personalizada*. Desafortunadamente, no hay una definición como tal que explique el concepto en sí, pero tenemos algunas acepciones por parte de varios ilustradores digitales para poder entender el significado. Según la página web de Bunker (2021), “las ilustraciones digitales personalizadas, van más allá de la exclusividad y la atracción meramente estética, no podemos olvidarnos de lo que realmente van a conseguir las ilustraciones personalizadas [...] y esto es: explicar con imágenes 100% creadas para el cliente, un concepto o servicio que se quiera transmitir de

una manera concreta”. Esta página web también añade lo siguiente: “los beneficios de las ilustraciones personalizadas no solo son aplicables a diseño web, sino que en cualquier trabajo gráfico, van a potenciar al máximo el mensaje y el atractivo de dicho diseño. Incluso adaptado una imagen corporativa... ¡El plus que podemos añadir es enorme! Una identidad propia reforzada con imágenes que se asociarán solo a tu marca...”. Otra acepción por parte de la ilustradora Arantxa Sánchez (s. f.) dice lo siguiente: “La ilustración personalizada es un regalo original y divertido que se adapta a cualquier ocasión. Estos dibujos no son retratos, tampoco caricaturas, son imágenes que reflejan los rasgos más característicos de la persona a la que tú quieres sorprender, de manera que esa persona se sienta identificada”.

En base a estas acepciones, se pueden agrupar las dos definiciones en una, concluyendo en que las *ilustraciones digitales personalizadas* son diseños gráficos que ofrecen un producto, tanto a empresas como a particulares, caracterizado por la autenticidad, la originalidad y la creatividad, dotando al poseedor de esta ilustración personalizada de un valor añadido único y característico.

2.2. ORIGEN DE LA ILUSTRACIÓN DIGITAL

Para entender el origen y toda la evolución sobre la ilustración digital, en primer lugar nos vamos a remontar al pasado, más concretamente a la prehistoria. En este periodo surgieron las primeras ilustraciones, denominadas pinturas rupestres, ubicadas principalmente en Chauvet, Lascaux y Altamira. Estos artistas utilizaban carbón y ocre para ilustrar en sus cuevas lo que veían y experimentaban a su alrededor (Collins, s. f.).

Con el tiempo, la ilustración siguió evolucionando a través de los distintos países y las culturas, pero un hito muy importante que marcó este movimiento fue la llegada de la imprenta en el siglo XV. Gracias a esta invención, se produjeron nuevas técnicas de impresión que permitieron reproducir textos en serie acompañados con imágenes ilustradas, por lo tanto la ilustración adquirió una gran popularidad y mayor importancia en la sociedad (La Nube Artística, s. f.).

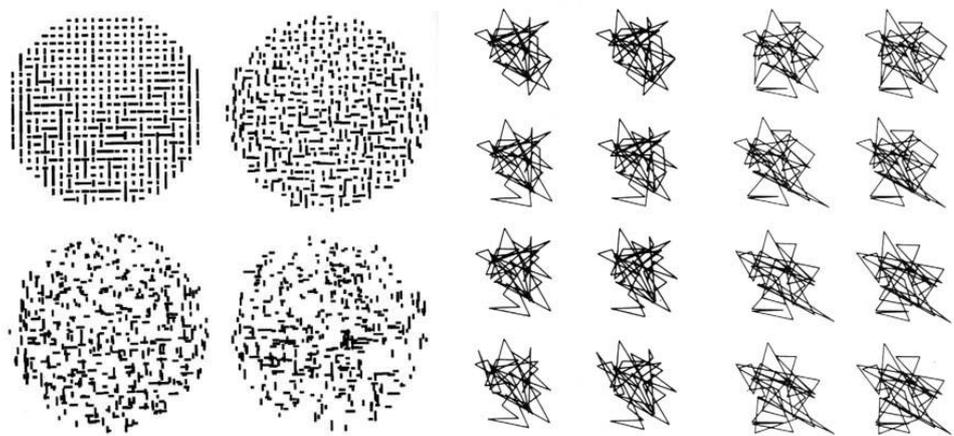
En el siglo XIX se produce la primera época dorada de la ilustración tradicional gracias a la Revolución Industrial y a las nuevas técnicas de impresión, haciendo posible que se produjeran grandes producciones y comercializaciones en serie de libros y revistas llenas

de ilustraciones. Estos libros y revistas eran el principal medio de entretenimiento de la sociedad, por lo que la ilustración consiguió aún más popularidad. Una de las técnicas que ayudó a que este movimiento se expandiera fue la cromolitografía, ya que este método logró que las imágenes se llenaran de color y esto propició la aparición del cartel publicitario.

En el siglo XX, el gran desarrollo de la producción industrial aumentó la demanda publicitaria debido a que existía una gran variedad de producto y un exceso de oferta. Es por esta razón que se creó la necesidad de diferenciarse de los competidores de cara al público, por lo que las imágenes ilustradas y las tipografías específicas cobraron más relevancia para cada marca. Además, temáticamente, las dos Guerras Mundiales y la Guerra Civil Española fueron hitos muy relevantes para la ilustración ya que se diseñaron infinidad de carteles.

Poco tiempo después de la Segunda Guerra Mundial, el arte digital dio sus primeros pasos, pero no fue hasta la década de los 60 que empezó a adquirir relevancia. Esto se produjo debido a que a varios investigadores relacionados con la computación y los algoritmos les empezó a llamar la atención que se podía crear arte a través de la ciencia. Precisamente, los pioneros del arte digital fueron ingenieros y científicos como A. Michael Noll, los cuales empleaban ordenadores para crear imágenes digitales a través de patrones y algoritmos matemáticos (Criscuolo, 2020). Un ejemplo de este arte digital viene de la mano del anteriormente mencionado Michael Noll (Cappa, 2018):

Imagen 2.1. Fotogramas de una película tridimensional generada por computadora de un objeto cambiante aleatoriamente o “kinetic sculpture” 1960s

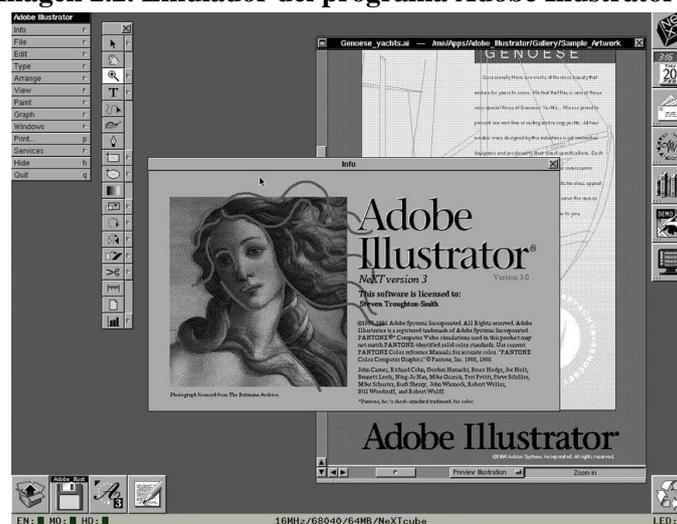


Fuente: Cappa, 2018

En 1965 surgieron las primeras exposiciones de arte digital, pero no tenían tanta popularidad. No fue hasta 1968 que se produjo la exposición más relevante hasta el momento, organizada por la comisaria de arte⁶ Jasia Reichardt en Londres. En este evento se recopilaron los primeros artistas digitales como Nam June Paik, Frieder Nake o Leslie Mezei (Criscuolo, 2020).

Avanzando en el siglo, se multiplicaron de forma asombrosa los mercados para el diseño y la ilustración, como por el sector de la música, las revistas, los libros, la televisión, Internet, ... , es decir, la era digital empezaba a formarse y a adquirir relevancia (La Nube Artística, s. f.). Pero el momento más determinante para la ilustración digital se produjo a finales de los años 80 con el surgimiento de la compañía Adobe Systems, una gran desarrolladora de software de manipulación de imágenes y diseños digitales. La empresa implementó el uso del formato *Postscript*, el cual traslada y traduce los píxeles y los vectores en puntos de impresión (Salcedo, 2013). En esa misma década, también se desarrollaron programas como Adobe Ilustrador (ver imagen 1.6.), Photoshop y Pagemaker y, gracias a la adopción de estos softwares por parte de la compañía Apple, la ilustración digital se extendió como una herramienta creativa fundamental de diseño (Productor Pro, s. f.). Asimismo, se crearon otros programas de dibujo como Corel Draw y Paint, los cuales se popularizaron ya que daban acceso a la ilustración digital a través de ordenadores personales (Criscuolo, 2020).

Imagen 2.2. Emulador del programa Adobe Illustrator 88



Fuente: Troughton-Smith, 2019

⁶ Persona encargada de mantener a buen recaudo las colecciones de arte expuestas en galerías y museos. Esto implica la identificación, el registro, la organización y la catalogación de estos objetos.

Desde entonces, y como consecuencia de los eventos anteriormente mencionados, la ilustración digital ha ido evolucionando y creciendo exponencialmente junto con Internet, por lo que las herramientas de dibujo digital y las ilustraciones digitales se fueron volviendo más accesibles para las personas (Criscuolo, 2020). Ya en 2010, como ya sabemos, se creó Instagram y esta red social se ha convertido en un punto de encuentro y portafolio para muchos artistas de diferentes estilos, publicando una gran variedad de contenido como trabajos terminados, ilustraciones o carteles promocionales, imágenes de eventos sobre arte, contenido WIP (siglas de «work in progress» o en español «trabajo en proceso»), etc. (Albarrán, 2018). Por lo tanto, Instagram se ha convertido en un elemento esencial para cualquier artista. Además, se puede asegurar que la ilustración digital sigue en constante transformación, beneficiándose de las mejoras tecnológicas.

2.3. PRINCIPALES TIPOLOGÍAS DE ILUSTRACIÓN DIGITAL

Las ilustraciones digitales pueden ser de muchos tipos, pudiendo atender a su estilo artístico o a sus utilidades en el mundo profesional. A continuación, clasificaremos este tipo de ilustraciones en varias categorías:

2.3.1. Según su estilo artístico

Con el paso del tiempo, las técnicas de diseño digital han ido evolucionando debido al auge de internet y de las redes sociales y debido a las innovaciones técnicas y digitales. Es por ello por lo que muchos diseñadores e ilustradores han ido experimentando y creando diferentes estilos de diseño digital. Actualmente, existen 5 tipos de ilustraciones digitales, atendiendo a su estilo artístico y/o por la mezcla de dibujo digital junto con el tradicional (Leblanc, 2020):

- **Ilustraciones realistas:** este estilo combina la ilustración digital junto con la tradicional y es la tendencia preferida por los ilustradores debido al gran efecto que causa en los espectadores. Además, la mayoría de los artistas tradicionales escogen en primer lugar este estilo para adentrarse en el mundo del diseño digital ya que es una tendencia que imita las técnicas de pintura tradicional, logrando un efecto muy realista y detallado (Acebal, 2019). Para crear este estilo de ilustraciones, se puede comenzar con un boceto en físico para después terminarlo digitalmente, aunque también se puede empezar el boceto directamente de manera digital. Asimismo, para diseñar estas ilustraciones se utilizan programas como Adobe Photoshop o Corel Painter, de los cuales hablaremos más adelante.

Imagen 2.3. Ilustración hiperrealista de Dean Packwood

Fuente: Packwood, 2014

- **Ilustración digital vectorial:** este estilo es exclusivamente digital y es la más popular y utilizado para diseñar flyers, banners, logos, caricaturas, etc. La ilustración vectorial consiste en crear trazos y figuras mediante líneas limpias, colores lisos y formas más simplificadas (Acebal, 2019). Además, es uno de los estilos más fáciles de aprender y de los más versátiles debido a que no pierde ni calidad ni nivel de detalle en el momento de ampliar o reducir la ilustración. Para la realización de los vectores, se pueden utilizar programas de diseño como Adobe Illustrator o Corel Draw (Leblanc, 2020).

Imagen 2.4. Ilustración digital vectorial de base geométrica de Alejandro Rojas

Fuente: Rojas, s. f.

- **Ilustración al estilo cómic:** aquí se unen la técnica vectorial con la tradicional y para realizarlo es necesario hacer un boceto analógicamente y pintarlo digitalmente, aunque también se puede hacer todo de manera digital. Una de las técnicas de coloreado más conocidas es el tinteo, que consiste en realizar rayas en los dibujos para conseguir un efecto más realista. Para esta técnica se utilizan programas como Adobe Photoshop y Adobe Illustrator (Leblanc, 2020).

Imagen 2.5. Ilustración digital al estilo cómic de Marvel Comics

Fuente: Leblanc, 2020

- **Ilustración Pixel Art:** este estilo exclusivamente digital y primitivo es el más utilizado en los videojuegos y en ilustraciones retro (Acebal, 2019). Para su realización, los ilustradores crean dibujos hechos con cuadrados uniformes de tal forma que esté pixelado de manera intencional. Además, una de los mejores software de diseño para este estilo es el Adobe Illustrator (Leblanc, 2020).

Imagen 2.6. Ilustración Pixel Art de Gustavo Viselner

Fuente: Acebal, 2019

- **Ilustración collage mixed media o técnica mixta:** Es la combinación de diferentes técnicas, estilos y softwares a través de la cuales se crean proyectos que incluyen un collage de dibujos, vectores y fotografías, por lo tanto este estilo deja que los ilustradores experimenten y desarrollen su creatividad (Leblanc, 2020). Para este estilo es indispensable una tableta gráfica y algún programa de diseño como Adobe Illustrator o Photoshop, ya que de esta forma se consigue una mayor

precisión en los detalles. Además, cuanto mayor sea la complejidad del proyecto mayores y mejores equipos técnicos se necesitará, como por ejemplo una tableta gráfica con pantalla incorporada, un buen scanner, un monitor grande, etc. (Acebal, 2019).

Imagen 2.7. Ilustración Mixed Media de Tomasz Mro



Fuente: Inspiration Grid Team, 2018

2.3.2. Según sus funciones y salidas profesionales

Como ya sabemos, la evolución de las tecnologías y de internet ha permitido que la ilustración digital se desarrolle y se adapte a múltiples sectores. Por lo tanto, podemos hacer una clasificación muy extensa en función de sus utilidades y de su ámbito de aplicación. Así que, en primer lugar, clasificaremos la ilustración digital según sus funciones pero de manera más general (Barber, 2016):

- **Ilustración conceptual:** son ilustraciones metafóricas de escenas, ideas u objetos que no tienen por qué ceñirse a la información de un texto. Es decir, consiste en que el propio ilustrador desarrolle una idea personal bajo sus propios criterios y consideraciones, pero ambientando la ilustración al tema del texto sin llegar a calcar de forma literal los datos del escrito (Pérez, 2019). A pesar de esto, estas ilustraciones pueden tener elementos de la realidad, pero con un significado abstracto en su conjunto. Ejemplos de esta categoría serían historietas, los dibujos abstractos, los logotipos, ..., pero sobre todo los ejemplos más claros se encuentran en el cine y en los videojuegos (Arteneo, 2015).

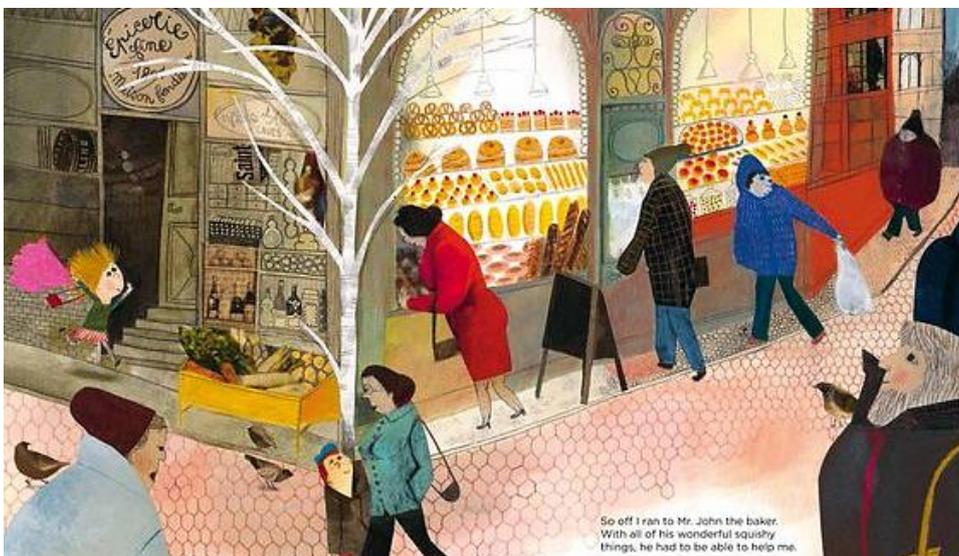
Imagen 2.8. Ilustración conceptual sobre la “Bella y la Bestia” de Karl Simon



Fuente: Mon, s. f.

- **Ilustración narrativa:** estos dibujos, también denominados ilustraciones literales, muestran una serie de sucesos, representando verdades pictóricas plasmadas en un guion (Barber, 2016). Por lo tanto, debe adecuarse a los contenidos del texto a ilustrar, pero manteniendo un equilibrio entre la realidad del escrito y la interpretación propia del artista. Ejemplos de este grupo podrían encontrarse en libros, periódicos o revistas (Pérez, 2019).

Imagen 2.9. Ilustración narrativa de Beatrice Alemagna



Fuente: Lario, 2016

- **Ilustración decorativa:** estas ilustraciones acompañan a un texto con el único fin de embellecer la página de un libro, revista, folleto, etc. (Muñoz, 2016). También se puede ilustrar una historia sin necesidad de un texto, como ocurre en tarjetas y en láminas (Pérez, 2019). A pesar de que este tipo de ilustración tiene un carácter

más secundario, suele enriquecer el diseño gráfico a través sus características visuales, como por ejemplo, su nivel de detalles, sus formas abstractas e imprecisas, sus colores, etc. (xcolme, 2019).

Imagen 2.10. Ilustración decorativa de Anna Kovecses



Fuente: Castelan, 2021

En segundo lugar, tras conocer los tipos de ilustraciones según sus funciones, vamos a hablar de las tipologías de ilustración digital según sus salidas profesionales o ámbitos de aplicación. Aunque hay una sinfín de tipos, se enumeraran algunas de las más conocidas (Castelan, 2021):

- **Ilustración artística:** este es el tipo de ilustración en el que las personas piensan en primer lugar cuando se les habla de arte digital ya que es el que normalmente se exponen en las galerías de arte. Estas ilustraciones permiten a los artistas crear obras sin ninguna técnica de ilustración predeterminada, por lo tanto permiten una gran libertad y posibilidad para experimentar y probar estilos de diseño digital.
- **Ilustración editorial:** este es uno de los tipos de ilustraciones más comerciales ya que opera directamente en el sector periodístico y en el mercado de las revistas, tanto en el ámbito tradicional como en el digital. Además, esta categoría lleva operando durante una infinidad de años: según la famosa escuela de arte *Arteneo* “históricamente, la ilustración de libros, revistas y periódicos han sido las formas predominantes de este tipo de arte visual”. Asimismo, la ilustración editorial puede ser usada desde el punto de vista conceptual, narrativo y decorativo, explicados anteriormente (Siamgodh, s. f.).

- **Ilustración de cómics:** este tipo es de los más complejos ya que, en ocasiones, se requieren hasta tres tipos de ilustradores: uno que dibuja las viñetas, otro que entinta los dibujos para darles profundidad y sombreado, y el último que colorea las ilustraciones. Además, es complejo por su alto nivel de conocimiento técnico debido a que es necesario saber manejar correctamente el color, el diseño de personajes, cómo contar una historia a través del storytelling, saber representar la acción, el movimiento y la emoción, etc. (Castelan, 2021).
- **Ilustración de storyboards:** este tipo de ilustración tiene muchos ámbitos de aplicación, como por ejemplo en anuncios televisivos, películas, series y, en general, en la gran mayoría de las producciones audiovisuales. Para entender mejor este grupo, debemos saber en qué consiste un storyboard: este concepto se trata de un conjunto de ilustraciones que intenta mostrar, mediante imágenes y dibujos, el guion de una producción. Por lo tanto, este elemento es imprescindible en cualquier proyecto.
- **Ilustración publicitaria:** esta categoría tiene la función principal de persuadir al espectador mediante estrategias publicitarias o mensajes subliminales o comerciales, haciendo que el público se incline por ciertos temas. La clave en estas ilustraciones es conocer qué emociones se deben transmitir en la campaña publicitaria a través de los colores, las formas, la tipografía, etc. Un gran ámbito de aplicación de las ilustraciones publicitarias son las vallas, los banners, las etiquetas de los productos, los carteles, el packing de un producto o un post para las redes sociales, entre otras cosas (Siamgodh, s. f.).
- **Ilustración de producto:** en estas ilustraciones, los diseñadores deben conocer la función del producto a diseñar y su estética, por lo que se requiere una persona especializada y con alta capacidad técnica para desarrollar de forma correcta las ilustraciones de producto. Además, este tipo de diseños están en constante evolución debido a que cada día se fabrican nuevos y mejorados productos (Castelan, 2021).
- **Ilustración de letras o lettering:** este es uno de los tipos más conocidos y elogiados ya que hay muchos sectores que demandan estas ilustraciones, como por ejemplo en los cómics, libros, logos, banners publicitarios, etc. El lettering consiste en diseñar ilustraciones con diferentes modelos de letras de manera digital o manual. Pero debemos saber que la ilustración de letras no es lo mismo

que la caligrafía o la tipografía, ya que el lettering es el arte de diseñar las letras. Según Iván Castro en su libro *El ABC del Lettering*: “cuando hacemos Lettering o rotulación, nos acercamos más al acto de dibujar que al de escribir. Construimos símbolos alfabéticos con una herramienta de dibujo, usando tantos trazos como sean necesarios para conseguir la forma exacta que buscamos” (Llasera, 2020).

- **Ilustración humorística:** estas ilustraciones, también denominadas caricaturas, abordan múltiples temas desde una perspectiva de humor y de sátira. Por lo tanto, estas caricaturas, ubicadas en revistas o periódicos, satirizan un tema ofreciendo una crítica con ápices de humor. Algunos ejemplos claros de estas caricaturas serían Mafalda y las viñetas de Forges (Castelan, 2021).
- **Ilustración biológica:** el objetivo principal de esta ilustración es exponer de la manera más fiel y estricta posible las características específicas de las especies de origen biológico, de tal forma que mostrando esta información de manera clara y sencilla se pueda reconocer y recordar fácilmente estas ilustraciones. Además, la ilustración biológica se divide en 3 subcategorías: la ilustración médica, la botánica y la zoológica.
- **Ilustración histórica:** estas ilustraciones necesitan un nivel de información, de detalle y de formación más específico y determinado debido a que estas imágenes representan, como su propio nombre indica, acontecimientos, edificios u objetos históricos por lo que debe ser ilustrado de la manera más fiel y veraz posible. La gran mayoría de estas ilustraciones las podemos encontrar en museos, libros de historia, folletos, exhibiciones, etc.
- **Ilustración retratista:** esta categoría consiste en reflejar de manera libre el arte de ilustrar un paisaje o a una persona (Siamgodh, s. f.). Pero aunque este tipo de ilustración se puede parecer a la fotografía, los retratos digitales aportan un interés especial a estas ilustraciones, que la fotografía no puede lograr (Castelan, 2021).
- **Ilustración de moda:** actualmente, esta categoría es una de las más populares y reclamadas en el sector de la ilustración. Para realizar estos diseños, el ilustrador debe conocer los tipos de estampados, de impresiones, de textiles y de texturas dentro del sector de la moda para poder alinear estas ilustraciones con ellas.

Otros tipos de ilustraciones, no mencionadas pero igual de importantes, serían la ilustración de mapas, la de tatuajes, la infográfica o la técnica, entre otras. Pero tras mencionar todos estos tipos de diseños digitales, ¿dónde podemos ubicar las ilustraciones

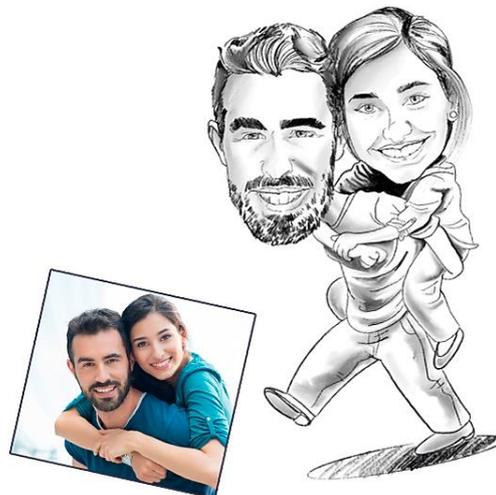
digitales personalizadas? Actualmente, podríamos situar estos tipos de diseños en más de una categoría ya que, como se ha mencionado antes, los retratos digitales personalizados son creados 100% para el cliente, mostrando los rasgos más característicos de una o más personas. Por lo tanto, el cliente puede pedir que sea ilustrado, por ejemplo, con un estilo de cómic, realista o caricaturesco. Por consiguiente, los ilustradores se han adaptado a las demandas de estos clientes. A continuación, se mostrarán ejemplos actuales de estos diseños personalizados:

Imagen 2.11. Ilustración personalizada retratista de Paloma Marqués



Fuente: Marqués, s. f.

Imagen 2.12. Ilustración personalizada caricaturesca



Fuente: Regalo Original, s. f.

Imagen 2.13. Ilustración personalizada estilo cómic



Fuente: Regalo Original, s. f.

Imagen 2.14. Ilustración personalizada estilo Los Simpson



Fuente: Regalo Original, s. f.

2.4. PASOS PARA LA CREACIÓN UNA ILUSTRACIÓN DIGITAL

Hasta este punto, ya sabemos en qué consiste la ilustración digital, hemos visto sus orígenes y hemos conocido sus múltiples variedades en función de varios aspectos, pero ¿cómo es el proceso de creación de una ilustración digital? Para conocer los pasos, la escuela superior de diseño de Barcelona, ESDESING, nos mostrará cómo se elaboran las ilustraciones digitales para un cliente-empresa, tanto si el ilustrador es un FreeLancer como si trabaja bajo el nombre de una compañía:

- En primer lugar, la empresa-cliente contactará con el ilustrador para comunicarle su idea de diseño intangible. Las instrucciones que el cliente puede dar pueden ser abstractas o muy concretas, por lo que el nivel de libertad en el diseño va variando en cada encargo (Old Skull, s. f.).
- Después, se debe tener en consideración el mensaje que el cliente quiere transmitir, el cual puede ser los valores de la marca, una campaña de marketing, los objetivos empresariales, un mensaje promocional, etc. Por lo tanto, el ilustrador debe realizar el diseño, ajustándose al mensaje del cliente (Pérez, 2019).
- A continuación, el ilustrador tiene que elaborar un primer boceto que contenga las ideas y formas iniciales y provisionales. Es decir, es el momento de dar forma física a las ideas intangibles del cliente a través de varios diseños. Estos primeros bocetos se pueden realizar de forma tradicional en un papel o de manera digital.
- El siguiente paso es, tras realizar varios diseños, presentar el conjunto de ideas del ilustrador al cliente, de forma que éste pueda dar su opinión y aportar ideas para que el artista introduzca mejoras y cambios. De esta forma, el diseño se adaptará mejor a las peticiones del cliente.
- Lo sucesivo sería diseñar y crear la ilustración digital definitiva, mediante un software de diseño digital. Para ello, los ilustradores tienen dos opciones: o vectorizar el boceto o dibujar sobre él mediante líneas, formas, rellenos y texturas.
- Para terminar, el trabajo final es presentado al cliente y, como ya se han hecho modificaciones para adaptar mejor la ilustración a la empresa, del diseño final es aceptado por ambas partes.

Un detalle a remarcar es que, obviamente, a lo largo de estos pasos existe una comunicación bidireccional y constante entre el ilustrador y el cliente, para que, de esta forma, el resultado final sea el deseado (Old Skull, s. f.).

En cambio, Salcedo (2013) nos muestra el proceso de elaboración si el cliente es un particular. Aunque los pasos de creación son muy parecidos a los anteriormente explicados, hay algunas puntualizaciones a destacar:

- En primer lugar, el ilustrador debe armar y crear la idea a diseñar, siguiendo las indicaciones del cliente. Para ello, es necesario definir el contenido de dicha idea y los materiales digitales para realizar el encargo.

- Después, el ilustrador buscará varias referencias de, por ejemplo, objetos, personajes, entornos o situaciones, que acompañen a la idea principal del cliente. De esta forma, las peticiones del comprador se verán con más cuerpo y estructura, consiguiendo un resultado más satisfactorio.
- Posteriormente, se procederá a la realización del encargo de manera meticulosa y sistemática, pero siempre de manera creativa y original. Por lo tanto, es crucial encontrar un equilibrio entre la idea inicial del cliente y las aportaciones del ilustrador que van surgiendo a lo largo del proceso.
- Finalmente, se darán los retoques finales y definitivos a la ilustración y se hará una preparación final para eliminar los pequeños errores que se hayan originado durante el proceso. Tras esto, se presentará al cliente, el cual dará un uso personal a su ilustración digital.

Figura 2.1. Comparativa pasos de elaboración cliente-empresa vs. cliente particular



Fuente: Elaboración propia

2.4.1. Softwares de diseño para crear una ilustración digital

Un aspecto crucial dentro del sector de la ilustración digital es un buen equipo técnico ya que sin unas buenas herramientas digitales el resultado final puede que sea deficiente y poco profesional. Por lo tanto, se van a explicar algunas detalles con respecto a los dispositivos tecnológicos necesarios para la ilustración digital (García Redondo, 2009):

- En primer lugar vamos a hablar sobre los ordenadores. No es necesario utilizar una marca o modelo de ordenador en concreto ya que la gran mayoría de estos dispositivos son idóneos para el arte de la ilustración digital. Sin embargo, esto no implica que se deba adquirir un ordenador de forma aleatoria. Es necesario tener en cuenta las siguientes consideraciones antes de la adquisición de este tipo de dispositivos: se debe conocer la memoria RAM del ordenador ya que es con lo que se trabaja mientras se está usando un software de ilustración. Por lo tanto, lo mínimo que un ordenador debería tener son unos 256 MB, pero lo más recomendable serían unos 512 o 1024 MB ya que hay programas como Illustrator o Photoshop que requieren de bastante espacio de memoria RAM.
- En cuanto al monitor, lo más común es trabajar con una pantalla normal con tubo catódico (CRT⁷), pero es importante comprobar que la frecuencia de refresco del monitor nunca sea inferior a 85 Hz. Lo idóneo es trabajar a 100 Hz para que la imagen no se deforme y se distorsione. Si no se trabaja en estas condiciones, es posible que no se visualice de forma correcta la imagen, lo que provoca que el ilustrador fuerce la vista y, por consiguiente, este sobreesfuerzo origina dolores de cabeza, jaquecas y pérdida de visión. En cuanto a la resolución de la pantalla del monitor, lo mejor sería tener, como mínimo, una resolución a 1024 x 768.
- Lo siguiente sería tener una tableta gráfica. Al igual que los ordenadores, no es necesario adquirir una marca modelo en concreto, pero sí es importante disponer de una tablet de, como mínimo, 9x13 cm para dibujar de manera más natural y eficiente. Actualmente, existen tres tamaños estándar: tableta L (tamaño como un folio DIN A4, es decir, 21x29'7 cm), tableta M (tamaño DIN A5, 14'8x21 cm) y tableta S (tamaño DIN A6, 10'5x14'8) (Rodríguez de Luis, 2020). Además, es recomendable el uso de tabletas gráficas debido a que el uso continuado de un ratón como herramienta de trabajo suele producir tendinitis.

⁷ Un monitor CRT funciona gracias a millones de pequeños puntos de fósforos rojos, azules y verdes, los cuales brillan cuando les llega un rayo de electrones. De esta forma, es posible crear una imagen visible.

Tras conocer las recomendaciones en cuanto a los dispositivos tecnológicos, es hora de hablar de otro aspecto importante dentro de la ilustración digital: los softwares de diseño. A continuación, se hablarán de los mejores programas del mercado, en cuanto a su versatilidad como a sus características. Debido a esto, podemos dividir los softwares de ilustración digital en tres categorías:

2.4.1.1. Programas con mapas de bits

Estos programas son aquellos que basan la edición de gráficos a partir de una cuadrícula de puntos denominados píxeles. Estos pequeños cuadrados de colores individuales forman la imagen que aparece en el monitor de una pantalla o tableta gráfica (Ilka Perea, 2020). Tras saber esto, se explicarán algunos de los mejores softwares de diseño con mapas de bits del mercado (Rodríguez, 2021):

- **Adobe Photoshop:** este software es el más universal y conocido por todo el mundo, tanto dentro como fuera del sector de la ilustración digital. Además, es uno de los programas más profesionales debido a su funciones muy versátiles y completas ya que es posible realizar ilustraciones digitales, retoques en fotografías o crear todo tipo de gráficos, entre otras cosas. Otro aspecto a destacar es que existen múltiples tutoriales gratuitos para aprender a manejar este programa, pero un inconveniente es que al principio puede ser intimidante debido a la gran cantidad de opciones y funcionalidades que hay que aprender. Y otro inconveniente sería su elevado precio ya que el coste de la licencia de la versión completa es 290€ al año (Cosmos Digital Art, s. f.).
- **Procreate:** esta aplicación es la más conocida y utilizada por los ilustradores que poseen un iPad, debido a que este software sólo está disponible para los dispositivos de la marca *Apple*. Es considerada uno de los mejores programas de ilustración del mercado debido a su gran versatilidad, su amplio rango de pinceles, sus funcionalidades básicas para crear animaciones, etc. Además, al igual que Photoshop, existen multitud de tutoriales para aprender a manejar esta app y otra gran ventaja es que el precio de adquisición es muy barato, son 9'99€ y no es necesario renovar la suscripción cada año. El inconveniente es que es necesario comprar un Apple Pencil para obtener ilustrar de manera más cómoda y obtener resultados más profesionales (Rodríguez, 2021).

- **Corel Painter:** este software es un fuerte competidor de Photoshop debido a que es igual de completo y versátil, obteniendo resultados muy profesionales. La diferencia principal entre estos dos programas es que Corel Painter consigue simular mejor el efecto y la textura de los pinceles, como por ejemplo el efecto del óleo, el del acrílico, la acuarela, etc., y Photoshop es mejor para el retoque fotográfico (Cosmos Digital Art, s. f.). Una gran ventaja es que Corel Painter tiene más de 900 pinceles a utilizar y personalizar, pero a veces ocurre que es difícil diferenciar el trazo que se obtiene con cada pincel debido a que tienen un aspecto similar. En cuanto al precio, tiene un gran abanico de opciones: desde la suscripción mensual de 19'99€ hasta la suscripción anual de 199€, pero esto también depende del modelo y versión del programa (Rodríguez, 2021).
- **Krita:** es considerado como una de las mejores alternativas a los grandes softwares de ilustración. Se puede decir que es uno de los más excelentes en cuanto a su relación calidad-precio y por su alto nivel de customización. Además, es utilizado para la ilustración digital y la animación, puede soportar pinceles avanzados de gran realismo, tiene una gran cantidad de capas, etc. La gran ventaja es que todas estas funciones son gratuitas, por lo que muchos usuarios se adentran en la ilustración digital por medio de este software (Cosmos Digital Art, s. f.).

2.4.1.2. Programas con vectores

En contraposición con los mapas de bits, estos programas consisten en crear imágenes mediante ecuaciones matemáticas denominadas curvas de Bézier. Para ello, se utilizan vectores, los cuales están formados por líneas que unen puntos en varias direcciones y, con ello, se generan formas vectoriales. A través de estos dibujos vectoriales y sus posibles modificaciones, como por ejemplo cambios en su posición, forma o color, se pueden obtener ilustraciones digitales (Ilka Perea, 2020). Tras esto, se mostrarán algunos de los mejores programas de diseño con vectores:

- **Adobe Illustrator:** es uno de los softwares de dibujo digital con vectores más reconocido y utilizado a nivel mundial, debido a que se usa normalmente para crear logotipos, campañas publicitarias, gráficos, diagramas o elementos para páginas web, entre otros aspectos. Además de ser utilizado para funcionalidades de diseño gráfico, también se usa para el diseño industrial. Por ejemplo, *Nike* utiliza este programa para el diseño de sus productos. En cuanto al precio, es elevado ya que la suscripción anual son 287'77€ (Cosmos Digital Art, s. f.).

- **Corel Draw:** este es otro software de diseño vectorial muy parecido al Illustrator, pero con algunas diferencias. La principal disparidad es que Corel Draw posee una herramienta intuitiva llamada *LiveSketch*, la cual Illustrator no tiene. Esta funcionalidad es muy útil para crear gráficos vectoriales mediante las variaciones de presión ejercidas en la tableta gráfica al realizar el trazo. De esta forma, se obtienen distintas variedades de líneas. Al igual que Corel Painter, tiene muchas variedades de precio: de los 44,95€ la suscripción mensual hasta la anual de 349€.
- **Gimp:** para finalizar tenemos este programa de diseño considerado como la alternativa gratuita a Photoshop. Normalmente, es utilizado para la edición y el retoque de imágenes, para la ilustración digital, para la conversión de un formato de imagen a otro, etc. Asimismo, Gimp y Photoshop son muy similares en cuanto a sus interfaces y a sus posibilidades de creación, y en cuanto a su nivel de complejidad a la hora de aprender a manejar el programa. Sin embargo, Gimp posee algunas funcionalidades que o están limitadas o directamente no las tiene, como por ejemplo los tediosos controles 3D (Cosmos Digital Art, s. f.).

2.5. LAS 4P'S DE LA ILUSTRACIÓN DIGITAL PERSONALIZADA

Para finalizar con el marco teórico de este Trabajo de Fin de Grado, se van a detallar las características básicas de cualquier producto, en este caso, de las ilustraciones digitales personalizadas. Por tanto, se hablará sobre el producto, sus precios, sus estrategias de promoción y su forma de distribución.

2.5.1. Producto

Como ya mencionamos anteriormente, una ilustración digital personalizada es aquella imagen artística que depende de herramientas tecnológicas y softwares de diseño para su creación. Además, es específicamente creada para el cliente particular que la ha encargado, por lo que se retratan sus características distintivas de tal forma que pueda reconocerse en dicha ilustración (Sánchez, s. f.).

En cuanto a sus características visuales y estilo artístico, ya se mencionó antes que puede adoptar cualquier formato, pero normalmente los más demandados son el tipo realista y/o hiperrealista y el estilo cómic. Pasando al uso del color, hay mucha variedad de encargos, pasando de ilustraciones muy coloridas hasta imágenes en blanco y negro, aunque también hay encargos en los que se combinan el estilo blanco y negro con toques de color. Con respecto a las motivaciones de compra por parte de los clientes,

[@digitalart_bysofia] (2021) nos muestra algunos de los principales motivos para realizar un encargo de este producto: es una manera original de revivir un recuerdo especial, es un regalo muy creativo y original para regalar a alguien y es un elemento decorativo.

Para la elaboración de este producto, ya vimos anteriormente los pasos necesarios desde una perspectiva más técnica (Salcedo, 2013), pero a continuación veremos las fases que hay que seguir para que un cliente encargue una ilustración digital personalizada ([@digitalart_bysofia], 2022):

Figura 2.2. Conjunto de historias de @digitalart_bysofia sobre el proceso de como encargar una ilustración digital personalizada



Fuente: Historias de Instagram de Sofía [@digitalart_bysofia], 2022

Un aspecto a destacar en las ilustraciones digitales personalizadas es que pueden enviarse al cliente en dos formatos: en versión digital, a través del correo electrónico, o en versión física a través de empresas de mensajería, las cuales se mencionarán más adelante. A continuación, nos centraremos en la opción física ya que hay diferentes tamaños y formatos en los que se realizan estas ilustraciones. Por ejemplo, Laia Vázquez (2021) nos

muestra en su perfil de Etsy ⁸ que vende ilustraciones con tamaños A3, A4 y A5. También da la opción de escoger un formato vertical, horizontal o cuadrado. Por último, destacaremos que las ilustraciones digitales personalizadas, además de enviarse enmarcadas para que los clientes las puedan colgar o colocar en sus casas, también se pueden vender como si fueran otro tipo de productos. Por ejemplo, hay ilustradores que imprimen los encargos personalizados en tazas, fundas de móvil, camisetas, etc. A continuación, haremos una recopilación de algunos de los objetos más utilizados que contienen ilustraciones digitales personalizadas:

Cuadro 2.1. Conjunto de productos con ilustraciones digitales personalizadas

ILUSTRADOR	PRODUCTO	FOTO
(Dibujate, s. f.)	Funda para teléfono móvil	
(Dibujate, s. f.)	Taza	
([@disoneando], 2021)	Tote bag	
([@blancetnoir_cpd], 2020)	Cojín	

Fuente: Elaboración propia

⁸ Ecommerce que gestiona la compra y venta online de artículos de artesanía y de decoración.

2.5.2. Precio

En cuanto a la fijación del precio, no hay un precio fijo y determinado para todas las ilustraciones digitales personalizadas. Esto depende de cada ilustrador y de los criterios que él determine para fijar el precio de sus productos. Algunos de estos criterios para establecer un mayor o menor precio son: el tipo de estilo artístico, el número de personas que aparecen en la foto a ilustrar, si la ilustración tiene un fondo plano o con más detalles, el tipo de envío, de los costes fijos y variables que tenga el ilustrador, el número de horas invertidas en el proceso de ilustración, etc. Por lo tanto, se elaborará un cuadro que agrupe los diferentes precios que establecen diferentes ilustradores a una ilustración digital personalizada de estilo realista, que contenga a una o dos personas, sin fondo, y que el envío se realice de manera digital:

Tabla 2.1. Conjunto de precios de diferentes ilustradores de una ilustración digital realista de una persona/dos personas, sin fondo, y con envío digital

ILUSTRADOR	PRECIO
(Sánchez, s. f.)	Una persona sería 90€ y dos personas 120€
(Inizio, s. f.)	Una persona son 65 € y dos serían 80€
(Marqués, s. f.)	Una serían 80€ y dos serían 130€
(Vázquez, 2021)	Una persona son 45€ y dos son 55€
(Sweetills, s. f.)	Una persona serían 36,30€ y dos unos 48,40€
(Lady Matshen, s. f.)	Una son 50€ y dos son 80€
(Magia en Papel, s. f.)	Una persona son 18€ y dos son 23€
(Grande, 2022)	Una serían 55€ y dos serían 70€
([@ilustraar.te], 2021)	Una persona son 15€ y dos son 17€
([@digitalart_bysofia], 2022)	Una son 30€ y dos son 40€

Fuente: Elaboración propia

Como podemos ver en la tabla 2.1, el intervalo de precios para una ilustración de una persona va desde los 15€ hasta los 90€, por lo que podemos confirmar que no hay ningún criterio fijo para establecer el precio final de estos productos. A parte de esto, los ilustradores suelen realizar rebajas y descuentos en épocas especiales. Por ejemplo, Laia Vázquez (2022), ha realizado un pack especial para San Valentín en el que se incluye una ilustración de pareja en A4, una copia en A5, una ilustración adaptada para el fondo de pantalla y una tarjeta de San Valentín a escoger. Este pack tenía un precio inicial de 82€ pero esta ilustradora ha establecido un descuento del 20%, pasando a un precio final de

65,60€. Otro ejemplo sería la ilustradora Raquel García (2022), la cual ha establecido un 10% de descuento en sus ilustraciones durante el mes de enero, es decir, el precio inicial de 40€ para una ilustración de una persona ha pasado a 36€.

2.5.3. Promoción

A nivel de promoción, la mayoría de los ilustradores digitales siguen una estrategia de multicanalidad ya que de esta forma los clientes pueden contactar con ellos a través de múltiples canales de comunicación digital, como por ejemplo por medio del correo electrónico, de las redes sociales, páginas web, etc. Un caso en concreto sería el de la ilustradora Laia Vázquez, la cual sigue este tipo de estrategia de comunicación a través de sus perfiles en Instagram, TikTok, YouTube, Etsy y su correo electrónico y, gracias a la omnicanalidad, puede conseguir una mayor rapidez de respuesta con los clientes y una mayor cercanía con sus seguidores.

A través de las redes sociales, los ilustradores interactúan con sus seguidores/clientes de una manera activa y bidireccional, realizan encuestas y cajas de preguntas para que los usuarios puedan dar su opinión y formar parte de una comunidad, también muestran su día a día o contenido WIP para que los seguidores puedan conocer un poco más a quién está detrás de todo, etc. Además, a través de estos canales de comunicación, los ilustradores crean promociones estacionales de acuerdo con festividades o días especiales, como por ejemplo la promoción de San Valentín anteriormente explicada (Laia Vázquez, 2022). Un dato a mayores es que es normal utilizar las promociones de pago de Instagram para hacer llegar a más usuarios estas promociones, ofertas y descuentos, y todo con el objetivo de estimular la demanda de estos productos y conseguir más clientes/seguidores. Otro aspecto que también se promociona a través de Instagram son los sorteos de ilustraciones personalizadas gratis o de porcentajes de descuento para encargar uno de estos productos. Para finalizar con las acciones de promoción, podemos destacar que existen colaboraciones entre dos ilustradores a través de la publicación de una misma publicación conjunta y compartida en ambos perfiles a la vez.

2.5.4. Distribución

En cuanto a la distribución, los ilustradores venden sus productos la gran mayoría de veces a través de Internet y como no hay existencia de intermediarios entre el ilustrador y el cliente final, la comunicación es directa y bidireccional.

Como ya se mencionó antes, cuando una ilustración está lista para entregársela a su cliente, hay dos opciones de envío: de manera digital y de manera física. La distribución digital se realiza a través del correo electrónico para que, de esta forma, la ilustración no pierda calidad. Además, la ilustración es enviada en formato JPG, PNG y en PDF ya que estos son los mejores formatos para mantener el nivel de resolución de la imagen. En referencia a la distribución física, los ilustradores imprimen, normalmente, los encargos en papel texturizado con un efecto tela de lienzo de 280 gramos, de alta calidad y durabilidad (Marqués, s. f.). Una vez impresa la ilustración, existe la opción de enmarcarla y enviársela así al cliente, lo que conllevaría un plus en el precio final. Tras esto, es necesario preparar el packaging del encargo: lo primero es cubrir la ilustración con un papel libre de ácido, después se introduce en una carpeta de cartulina para su protección y, como toque final, se introducen pequeños detalles que diferencian al artista, como por ejemplo, pegatinas, tarjetas de empresa, frases motivadoras, etc. Un ejemplo de esto sería la ilustradora Estefanía ([@galarte.ilust], 2021). Para terminar, el encargo, ya preparado para entregar, es enviado al cliente final mediante empresas de mensajería como *Correos*, *DHL* o *Etsy*, entre otros.

Imagen 2.15. Historias sobre el packaging de @galarte.ilust en Instagram



Fuente: Historias de Instagram de [@galarte.ilust], 2021

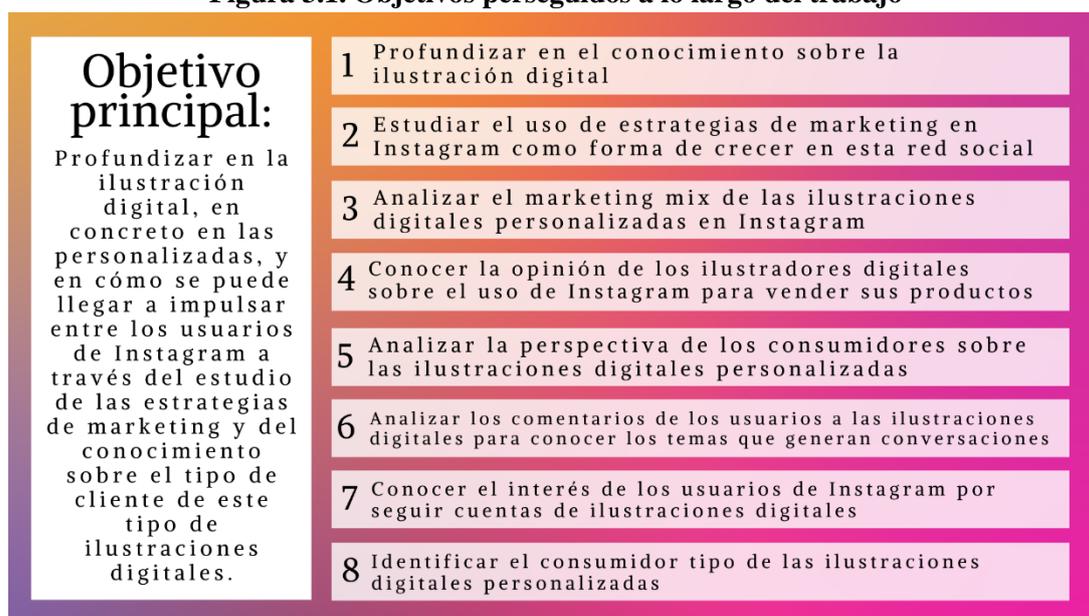
CAPÍTULO 3. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE LAS ILUSTRACIONES DIGITALES PERSONALIZADAS

En este trabajo de investigación se distinguen dos partes: la primera, que contiene el marco teórico conformado por datos teóricos sobre las ilustraciones digitales personalizadas y la segunda, que alberga la parte más práctica o empírica del trabajo.

3.1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo a conseguir en esta investigación es la aplicación práctica del marco teórico desarrollado con previamente en los capítulos anteriores. Para ello, se llevarán a cabo tanto técnicas cualitativas como cuantitativas de investigación de mercados para poder obtener información más amplia y completa. En primer lugar, se realizará una entrevista en profundidad a una ilustradora digital, considerada microinfluencer, con el objetivo de conocer la perspectiva de estos artistas en cuanto a su emprendimiento llevado a cabo en Instagram, principalmente. Algunos de los aspectos que se detallarán son sus estrategias de marketing, sus dificultades para crecer en esta red social, sus métodos para fijar los precios de sus productos, etc. En segundo lugar, se realizará un cuestionario a los usuarios de Instagram consumidores de las ilustraciones digitales personalizadas con el objetivo de conocer sus perspectivas en cuanto a su nivel de satisfacción, objeciones o aspectos negativos del producto, etc. A continuación, se muestra un pequeño resumen del objetivo principal y los subobjetivos detallados al principio del presente trabajo:

Figura 3.1. Objetivos perseguidos a lo largo del trabajo



Fuente: Elaboración propia

3.2. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Adentrándonos en la parte más práctica del presente trabajo, en primer lugar, nos vamos a centrar en la sección cualitativa de la investigación. Por lo tanto, en esta parte nos vamos a introducir en la consecución de los siguientes objetivos cualitativos:

- Conocer la opinión de los ilustradores digitales sobre el uso de Instagram para vender sus productos, y conocer aspectos como las ventajas e inconvenientes de usar esta red social para su emprendimiento, las estrategias de marketing, etc.
- Observar y analizar los comentarios y reacciones de los usuarios de Instagram a las ilustraciones digitales publicadas por los ilustradores, para conocer los temas que generan conversaciones en esta red social y, con ello, entender un poco mejor los gustos de este tipo de usuarios.

3.2.1. Netnografía

Como ya se mencionó, se va a realizar una netnografía con el objetivo de investigar la interacción entre los usuarios de Instagram en referencia a los perfiles profesionales que publican ilustraciones digitales. De esta forma, se entenderá la forma en que los instagrammers interactúan en esta red social y, con ello, sabremos los temas e imágenes que generan conversaciones. Para ello, se va a realizar una observación en Instagram desde el día 1 de enero al 31 de enero de 2022 de las siguientes cuentas: @taniaiglesias.art, @laiartt, @olguerdesign y @miss_littlebig. Estos 4 perfiles se han seleccionado por su variedad de estilos artísticos, colores, información sobre sus productos y su interacción con sus seguidores, entre otras cosas. Para ver la observación completa de todos los comentarios de los cuatro perfiles, se recomienda ir al Anexo I.

Cuadro 3.1. Ficha técnica de la netnografía

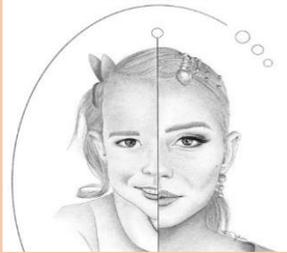
FICHA TÉCNICA NETNOGRAFÍA	
Perfiles	@taniaiglesias.art, @laiartt, @olguerdesign y @miss_littlebig
Período	01/01/2022 – 31/01/2022
Lugar	Instagram
Total de publicaciones	36 publicaciones
Total de comentarios	237 comentarios

Fuente: Elaboración propia

Vamos a comenzar analizando los comentarios de las publicaciones de @taniaiglesias.art. Esta ilustradora publicó desde el día 1 al 31 de enero 4 ilustraciones: 3 de ellas personalizadas y una creativa (sin ser personalizada). Analizando este perfil, podemos ver a simple vista que tiene una gran interacción con sus seguidores, lo que se traduce en un gran número de comentarios en cada publicación.

Observando el cuadro 3.1, nos fijamos en la primera ilustración y vemos que la gran mayoría de los 12 comentarios escritos por los seguidores son de otros ilustradores digitales o tradicionales y destacan la creatividad y originalidad con la que se ha hecho este retrato dividido.

Cuadro 3.2. Conjunto de ilustraciones de @taniaiglesias.art

1.PERSONALIZADA TRADICIONAL	2. PERSONALIZADA DIGITAL	3. PERSONALLIZADA DIGITAL	4. CREATIVA DIGITAL (PERSONAJE CONOCIDO)
			

Fuente: Elaboración propia

Observando la segunda ilustración, vemos que aunque haya tenido menos “me gustas” que la anterior (la primera tiene 121 y la segunda 85) el número de comentarios es el mismo, lo que puede indicar que la ilustración del bebé haya gustado más entre los seguidores que han dado me gusta a este post. Al igual que antes, la gran mayoría de comentarios son de ilustradores digitales o tradicionales y utilizan conceptos como “monísimo”, “adorable”, “preciosidad”, “dulzura” y “linda” para referirse al bebé. Pasando a la tercera ilustración, vemos que ha tenido menos éxito que las anteriores debido al menor número de “me gustas” y comentarios, pero a pesar de esto los comentarios siguen proviniendo de ilustradores, destacando el nivel de detalle y de realismo de la motocicleta. Para finalizar, analizando la última ilustración vemos que es la que más impacto ha tenido entre los usuarios, consiguiendo 260 “me gustas” y 40 comentarios por parte de los seguidores. Esto puede deberse a que el personaje que aparece es la princesa de *Disney*; *Bella*, la cual es muy conocida y amada por millones de personas en todo el mundo permitiendo que muchos instagrammers, fans de este

personaje, puedan opinar y comentar sobre esta ilustración. Además, como esta princesa se caracteriza por ser un amante de los libros, muchos perfiles de lectores como por ejemplo @yaii_books25 o @dejamequetelea han comentado en esta publicación.

A continuación, analizaremos los comentarios del perfil de @laiartt. Esta ilustradora compartió desde el día 1 al 31 de enero 4 publicaciones: un encargo personalizado, una ilustración junto con un reel como iniciativa para enseñar a dibujar pelo realista, una ilustración creativa y un conjunto de fotografías de la ilustradora. Observando este perfil, podemos ver que aunque tenga muchos más seguidores que la cuenta anterior, en concreto posee 11.700 seguidores, el nivel de interacción es menor, pero esto es algo normal debido a que cuantos más seguidores se tengan menor será el nivel de interacción.

Cuadro 3.3. Conjunto de ilustraciones de @laiartt

1.PERSONALIZADA TRADICIONAL	2. VIDEO TUTORIAL (REEL)	3. CREATIVA DIGITAL - TRADICIONAL	4. FOTOGRAFÍA ILUSTRADORA
			

Fuente: Elaboración propia

Observando el cuadro 3.2, en la primera ilustración personalizada podemos destacar únicamente que el cliente que encargó el diseño ha comentado su gran satisfacción en cuanto al resultado final de su ilustración. Pasando a la segunda publicación, vemos que el reel titulado “¿cómo sombrear pelo?” ha obtenido bastante repercusión con casi 10.000 visualizaciones, 692 “me gustas” y 8 comentarios escritos tanto por ilustradores como por perfiles particulares. La gran mayoría de estos comentarios remarcan la buena ejecución y explicación del video tutorial. En cuanto a la tercera publicación, vemos que se trata de una ilustración creativa que fusiona técnicas digitales y tradicionales en la que todos los comentarios provienen de ilustradores tanto tradicionales como digitales y todos remarcan el gran resultado final que se ha obtenido. Finalmente, la última publicación es una recopilación de 9 fotos en las que sale la ilustradora y, a pesar de ser un post que humaniza la cuenta, no ha tenido tanta repercusión como las anteriores debido a que

@laiartt tiene acostumbrados a sus seguidores a ver publicaciones, vídeos e historias mostrando su cara, por lo que ya no impacta tanto.

La siguiente ilustradora que se analizará es @olguerdesign. Esta creadora de contenido publicó desde el día 1 al 31 de enero 16 ilustraciones: 14 de ellas son ilustraciones digitales personalizadas y las 2 restantes son ilustraciones creativas de personajes conocidos. Examinando el perfil, podemos ver que el nivel de interacción es medio-bajo, en comparación con el perfil de @taniaiglesias.art (ambos perfiles tienen casi el mismo número de seguidores). Además, debido a la gran cantidad de ilustraciones muy parecidas publicadas en el periodo a estudiar, se analizarán las 4 más representativas en función al número de comentarios, su nivel de detalle, su estilo artístico y los contenidos de la propia ilustración.

Cuadro 3.4. Conjunto de ilustraciones de @olguerdesign



Fuente: Elaboración propia

Si no fijamos en el cuadro 3.3, podemos ver que la primera ilustración es un encargo personalizado digital, el cual no tuvo mucha repercusión con apenas 41 “me gustas” y 2 comentarios pero, a pesar de eso, los comentarios recalcan el gran nivel de detalle y de sombreado que posee la publicación. En cuanto a la segunda ilustración, podemos destacar que tanto ilustradores como perfiles particulares comentaron aspectos relacionados con la Torre Eiffel y es que, además, la ilustradora incita a la interacción con un buen “call to action”: @olguerdesign escribió en el pie de foto “¿Cuánto delito es que yo haya estado 4 veces en Londres y 0 en París? ¿Algún voluntario para acompañarme en 2022?” Ante este texto, algunos de los comentarios de los seguidores fueron: “4 veces en Londres??? No me gusta nada Londres 😂 tienes que ir a París por dios! Vas a flipar”. Además, este modus operandi también funciona con las ilustraciones con el fondo de

Egipto y de Roma. Pasando a la tercera ilustración, también nos encontramos un comentario del cliente que encargó el diseño y, además, al tratarse de unas niñas pequeñas los seguidores escribieron comentarios con conceptos como “bonitas” o “tiernas”. Finalmente, vemos que la última ilustración es la más creativa e impactante de todas y contiene un personaje ficticio muy conocido por todo el mundo: la niña *Boo* de la película *Monstruos S.A.* Al igual que sucedió con la princesa de *Disney*, los fans de este personaje comentaron en esta publicación lo encantados que estaban con el resultado final.

Para finalizar, examinaremos a la ilustradora @miss_littlebig. Esta creadora de contenido compartió desde el día 1 al 31 de enero 11 publicaciones: 7 ilustraciones personalizadas, una ilustración creativa, dos fotografías y un diseño de tote bag. Al igual que en el anterior caso, analizaremos aquellas publicaciones más representativas debido al gran número de publicaciones semejantes. Además, podemos destacar que el nivel de interacción es alto.

Cuadro 3.5. Conjunto de ilustraciones de @miss_littlebig



Fuente: Elaboración propia

Observando al cuadro 3.4, podemos ver una ilustración personalizada de unos perros y, al igual que ocurre con los diseños de niños pequeños y bebés, los seguidores (tanto ilustradores digitales como tradicionales) escriben comentarios con conceptos como “qué monos”, “preciosidad” y “lindos” para referirse a estas mascotas. En cuanto a la segunda publicación, tuvo bastante repercusión entre los seguidores con 343 “me gustas” y 15 comentarios. La gran mayoría de comentarios, provenientes de otros ilustradores digitales, son en referencia al castillo de *Disneyland Paris*, un lugar muy conocido y emblemático para los fans de Disney y, además, gracias al “call to action” (“*La semana pasada taché #disneylandparis de mi lista de sitios a los que ir* ❤️👉 y aún no lo he superado”), muchos usuarios escribieron comentarios relacionados con el pie de foto:

“Yo aún lo tengo pendiente 🥰🥰🥰 es preciosa la ilustración 🥰”. Pasando a la tercera publicación, ésta también tuvo mucho impacto con 322 corazones y 31 comentarios debido a que @miss_littlebig consiguió crear su propia web para facilitar a los clientes el proceso de encargo de una ilustración digital personalizada. Por tanto, en esta publicación la gran mayoría de los comentarios provienen de otros ilustradores digitales y tradicionales dando la enhorabuena a la ilustradora por su gran avance. Finalmente, la cuarta publicación se trata de un nuevo diseño para una tote bag y, al igual que las anteriores publicaciones, ha tenido bastante éxito e impacto entre otros ilustradores y seguidores particulares. La gran mayoría de los comentarios tratan sobre lo precioso que es este producto y la necesidad de adquirirlo, con comentarios como “La quieroooo”, “Yo quiero!!!” y “Podría dejar de crearme necesidades, más que nada porque soy pobre”.

Tras este análisis de las 4 cuentas de ilustradores digitales, se procederá a sacar varias conclusiones para saber cuáles son las ilustraciones que generan conversación:

- Las ilustraciones digitales personalizadas que contienen bebés, niños pequeños y animales domésticos como los perros tiene un mayor número de comentarios, los cuales contienen términos como “adorable”, “monísimo” y “preciosidad” para referirse a estas personas y animales.
- Los diseños digitales que contienen personajes ficticios muy conocidos y populares de todo el mundo, como la princesa *Disney*, también obtienen un mayor número de comentarios ya que los instagrammers, fans de estos personajes, podrán realizar comentarios sobre estas figuras que ya conocen.
- Las ilustraciones digitales personalizadas que poseen ubicaciones geográficas populares como *Disneyland*, Roma, París o Egipto logran un mayor número de comentarios debido a que los usuarios podrán realizar anotaciones relacionadas con estas ubicaciones y poder contar sus vivencias en estos sitios.
- Las ilustraciones digitales más creativas suelen tener un mayor nivel de interacción ya que logran captar mejor la atención del usuario e impactan mucho más que una ilustración digital normal.
- Las publicaciones que contienen buenos “call to action” en los pie de foto, obtienen un mayor nivel de interacción ya que incitan al usuario de Instagram a comentar en dichas publicaciones.
- Normalmente, los clientes que han pedido una ilustración digital personalizada

hacen un comentario en la publicación de su encargo en el perfil de Instagram del ilustrador que haya realizado el diseño.

- La gran mayoría de los comentarios provienen de otros perfiles profesionales de ilustradores digitales y tradicionales, los cuales dan su apoyo a través de comentarios con palabras bonitas y positivas.

3.2.2. Entrevista a Laia Vázquez, @laiaartt

Para conocer la perspectiva de los ilustradores digitales con respecto a emprender en Instagram con sus ilustraciones, se ha realizado una entrevista en profundidad a Laia Vázquez, también conocida como @laiaartt. Esta ilustradora digital y tradicional es una microinfluencer en Instagram que cuenta con 11.600 seguidores. También es muy conocida en TikTok ya que tiene 106.100 seguidores, pasando a ser una macroinfluencer en esta red social. En el Anexo II se puede ver la transcripción de la entrevista completa.

Cuadro 3.6. Ficha técnica de la entrevista en profundidad

FICHA TÉCNICA ENTREVISTA ILUSTRADORA DIGITAL	
Entrevistadora	Celia Peñalba Diez
Entrevistada	Laia Vázquez
Técnica	Entrevista en profundidad semiestructurada
Período	10/02/2022
Lugar	Video llamada vía Google Meet
Perfil de la entrevistada	Microinfluencer en Instagram

Fuente: Elaboración propia

El origen del perfil de @laiaartt ocurre en 2016 cuando nuestra entrevistada se encontraba cursando 4º de la ESO. Gracias al apoyo y la insistencia de sus amigos, Laia se creó un perfil de Instagram con el único objetivo de mostrar sus creaciones artísticas elaboradas en la asignatura de plástica de su instituto. Con el paso del tiempo, se dio cuenta que podía profesionalizar su arte y ganar algo de dinero haciendo encargos. Su crecimiento fue progresivo, teniendo inicialmente como seguidores a sus amigos, sus profesores, familiares, conocidos, ... es decir, todos procedentes de su ciudad natal; Barcelona.

Aunque su crecimiento fuera progresivo, tuvo varios picos de desarrollo e incremento gracias a varios aspectos: en primer lugar, el marketing de influencers fue una estrategia muy determinante ya que gracias a esto consiguió alrededor de 4.500 seguidores a lo largo

de su trayectoria. Esto se produjo debido a que la influencer @lidiarauet estaba buscando una ilustradora para realizar un encargo muy especial y Laia contactó con ésta para ofrecer sus servicios. Como la ilustración digital personalizada creada fue todo un éxito a nivel promocional, otras influencers como @sofia_surferss contactaron con Laia para encargar sus servicios, por lo que nuestra entrevistada logró un gran crecimiento, a nivel de seguidores y de encargos, hecho que se refleja en la siguiente frase de Laia **“me empezaron a seguir como 3.000 seguidores, y claro todos estos usuarios venían de parte de esta influencer. Con esto me llegaron muchos encargos, muchos mensajes, ...”**. En segundo lugar, destaca la expansión de @laiaartt a otras redes sociales, en especial TikTok. Gracias a la popularidad y gran afluencia de esta app, Laia consiguió viralizar varios de sus vídeos, uno de ellos con más de 1 millón de visualizaciones, lo que se traduce en un aumento de 3.000 seguidores en su cuenta de Instagram. En tercer lugar, se encuentra la realización de sorteos para premiar los seguidores actuales de la cuenta y conseguir que otros usuarios de Instagram conozcan el perfil de @laiaartt y lo sigan. En cuarto y último lugar, tenemos las colaboraciones con otros ilustradores y creadores de contenido relacionados con el sector, como por ejemplo la creación de pañuelos con varios diseños de Laia junto con la modista @uneconcept, el sorteo conjunto con @winteralar y la organización de un amigo invisible entre 50 ilustradores de Instagram.

En cuanto a la cuenta de @laiaartt en Instagram, el perfil de seguidores que tiene actualmente se divide principalmente en dos grupos, si nos fijamos en la edad: el primero se encuentra entre los 20 y 35 años, siendo éstos los que más ilustraciones personalizadas encargan, y un segundo grupo mucho más pequeño de entre 12 y 17 años, los cuales son los fans más fanáticos e impresionables, de los cuales Laia detalla **«me ven dibujando y me dicen “quiero dibujar como tú, quiero ser como tú, eres mi ídolo”**». En cuanto al sexo, destacan muchísimo más las mujeres que los hombres y, en referencia a la ubicación geográfica, el número de seguidores se reparte entre España y los países de Latinoamérica de habla hispana, pero destacando a México.

Pasando al emprendimiento en Instagram, Laia nos cuenta la principal ventaja de emprender en esta red social es que el contenido que se crea puede llegar a cualquier parte del mundo, detallando lo siguiente **“te puede descubrir alguien de México que, aunque igual no puedas enviarle un dibujo, él te está viendo y apoyando y está siguiendo tu trayectoria”**. Pero existen varios inconvenientes: la calidad al publicar contenido se ve enormemente reducida, ya sean imágenes, historias, vídeos, reels, etc. Pero la desventaja

más grande es el algoritmo de Instagram, el cual está cambiando y evolucionando constantemente, lo que hace más difícil la labor de los ilustradores. Esto está relacionado con el contenido que triunfa en esta red social, ya que debido a los cambios en el algoritmo es más difícil atraer e impactar al usuario e incluso Laia nos ha dejado constancia de que **“puede ocurrir que igual un día subes un vídeo super currado en el que has estado trabajando dos semanas en él y luego ves que sólo tiene 200 me gustas y luego subes una chorrada y tienes 45.000 visualizaciones y más de 1.000 me gustas”**. A pesar de este inconveniente, nuestra entrevistada nos cuenta que el contenido que más impacta entre sus seguidores se divide en tres grupos: los encargos personalizados con rostros realistas y fondos a digital, los “fanarts” y los dibujos sociales como los relacionados con el colectivo LGTBI o los del Día de la Mujer. Estas últimas impactan más porque, según Laia, **“es un problema social que mucha gente lo comparte y que se siente identificada y eso, al final, hace que mucha gente lo vea y que lo comparta”**.

Como último punto, nuestra entrevistada nos cuenta que el tipo de ilustración que más le encargan son las ilustraciones personalizadas realistas de 2 personas hechas de manera digital, en tamaño DIN A4, para enmarcar y regalar. Como ya mencionamos antes, el cliente que más encargos realiza se encuentra entre los 20 y 35 años porque, como dice Laia, **“supongo que estos son los que más manejan las redes sociales, saben cómo pedirte, no les da tanta vergüenza, ...”**. En cuanto al sexo, las mujeres son las que más encargos realizan y, sobre todo, durante las navidades (más concretamente durante noviembre y diciembre). En cuanto al precio, la entrevistada tiene en cuenta aspectos como la cuota de autónomo, los materiales para hacer las ilustraciones, pegatinas y tarjetas de la empresa, el packaging, los costes de envío, ... para fijar el precio de sus productos. Pasando a la distribución de sus productos, debemos tener en cuenta si el producto se envía digital o físicamente: si se envía de manera digital, únicamente se entrega la ilustración a través de Gmail o Hotmail; pero si se hace de manera física, Laia adquiere sobres de cartón acolchados por dentro por papel de burbujas para proteger los encargos y enviarlos a través de Correos. Además, para dar un toque personal a estos envíos, adjunta en los sobres sus tarjetas de visita y de agradecimiento, pegatinas, etc. En referencia a la promoción y comunicación de sus productos, la entrevistada realiza, como ya hemos mencionado anteriormente, marketing de influencers, sorteos, colaboraciones con otros creadores de contenido y estrategias de comunicación multicanal (en TikTok, YouTube, Facebook y Etsy), aprovechando y adaptando cada contenido a cada tipo de

red social. Además, algunas acciones extra que Laia realiza son la planificación de contenido semanalmente y la organización del feed para que visualmente se vea atractivo, y esto queda reflejado en esta frase: *“intento ir por semanas, no por meses, porque soy muy exquisita con el feed de Instagram. Si no queda bien la publicación, no la subo”*.

3.3. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

En segundo lugar, nos vamos a centrar en la sección cuantitativa de la investigación, por lo que nos vamos a adentrar en la consecución de los siguientes objetivos cuantitativos:

- Analizar la perspectiva de los consumidores y seguidores de las ilustraciones digitales personalizadas para conocer sus gustos y motivaciones.
- Conocer el interés de estos usuarios por seguir cuentas profesionales sobre este sector en Instagram y las razones que les motiva para realizar esto.
- Determinar el consumidor tipo de estos productos personalizados.

3.3.1. Diseño Muestral

Como ya se mencionó en el apartado de la metodología, se ha diseñado un cuestionario con el objetivo de recoger toda la información posible sobre los clientes de las ilustraciones digitales personalizadas y los seguidores de estos ilustradores digitales en Instagram. La plataforma utilizada para crear el cuestionario ha sido Google Forms, permitiendo incorporar preguntas filtro entre las preguntas, y se ha compartido a través de distintas redes sociales como Instagram (a través de la difusión de la encuesta por parte de varios perfiles sociales, tanto dentro del mundo de la ilustración digital como fuera) y LinkedIn, y plataformas de mensajería como WhatsApp.

Cuadro 3.7. Ficha técnica del cuestionario

FICHA TÉCNICA	
Título del estudio	Encuesta sobre ilustraciones digitales personalizadas
Ámbito geográfico	España
Universo	Personas españolas que hayan encargado, al menos, una ilustración digital personalizada y/o que sigan en Instagram algún perfil de este sector
Tamaño muestral	218 encuestas realizadas 195 encuestas válidas
	No probabilístico por conveniencia mediante Instagram

Sistema de muestreo	y LinkedIn y bola de nieve mediante WhatsApp
Tipo de encuesta	Online mediante Google Forms
Periodo del trabajo de campo	Del 3 al 10 de febrero de 2022

Fuente: Elaboración propia

3.3.2. Cuestionario

El cuestionario, como se ha mencionado en el apartado de la metodología, está formado por 31 cuestiones con varias preguntas filtro ya que era necesario focalizarse en aquellas personas que hayan adquirido, por lo menos una vez, una ilustración digital personalizada, que tengan un perfil social en Instagram y que sigan en esta red social, al menos, un perfil profesional de ilustradores digitales. Las preguntas de la encuesta están divididas en las siguientes partes:

- **Preguntas filtro:** tres cuestiones para filtrar y descartar aquellos usuarios que no hayan adquirido nunca una ilustración digital personalizada o que no tengan un perfil social en Instagram, ya que se considera una encuesta no destinada a estos perfiles de consumidor.
- **Compra de las ilustraciones digitales personalizadas:** son un conjunto de 11 preguntas relacionadas con la adquisición de este tipo de producto. El objetivo de estas cuestiones es saber el número de veces que se ha encargado estas ilustración digitales, la forma a través de la cual se conoció la existencia de estos productos, los medios de comunicación a través de los cuales se contactó con un ilustrador, el precio de adquisición y el precio máximo dispuesto a pagar por este tipo de ilustración, los motivos y el momento de la compra, el formato físico o digital del producto y sus posibles productos físicos, y el nivel de satisfacción general.
- **Comportamiento en Instagram:** son un total de 3 preguntas para conocer la frecuencia de uso de esta red social, el momento del día en el que más se usa Instagram y los motivos para tener un perfil social en esta aplicación. Todas estas preguntas tienen un carácter más genérico para entender al usuario encuestado.
- **Cuentas de Instagram de ilustradores digitales:** conjunto de 12 preguntas relacionadas con el comportamiento de los usuarios en Instagram con respecto a perfiles profesionales de ilustradores digitales. Las cuestiones preguntadas fueron el número de cuentas seguidas en Instagram sobre este sector, el nombre de alguna de estas cuentas, las razones que llevan a seguir estos perfiles y la comparación de varias parejas complementarias para conocer las preferencias y gustos de los

usuarios en Instagram con respecto a si les gusta más el formato vídeo o el formato imagen, si les gusta un perfil social con historias destacadas o sin ellas, etc.

- **Preguntas sociodemográficas:** son un total de 3 preguntas sociodemográficas para conocer el sexo, la edad y la situación laboral de los usuarios de la muestra. Ahora, se mostrarán algunas partes del cuestionario y su difusión por varios canales de comunicación (Instagram, WhatsApp y LinkedIn) (cuestionario completo en Anexo III):

Figura 3.2. Cuestionario diseñado en Google Forms



Encuesta sobre las ilustraciones digitales personalizadas

¡Hola!, estoy encantada de tenerle por aquí. ♥

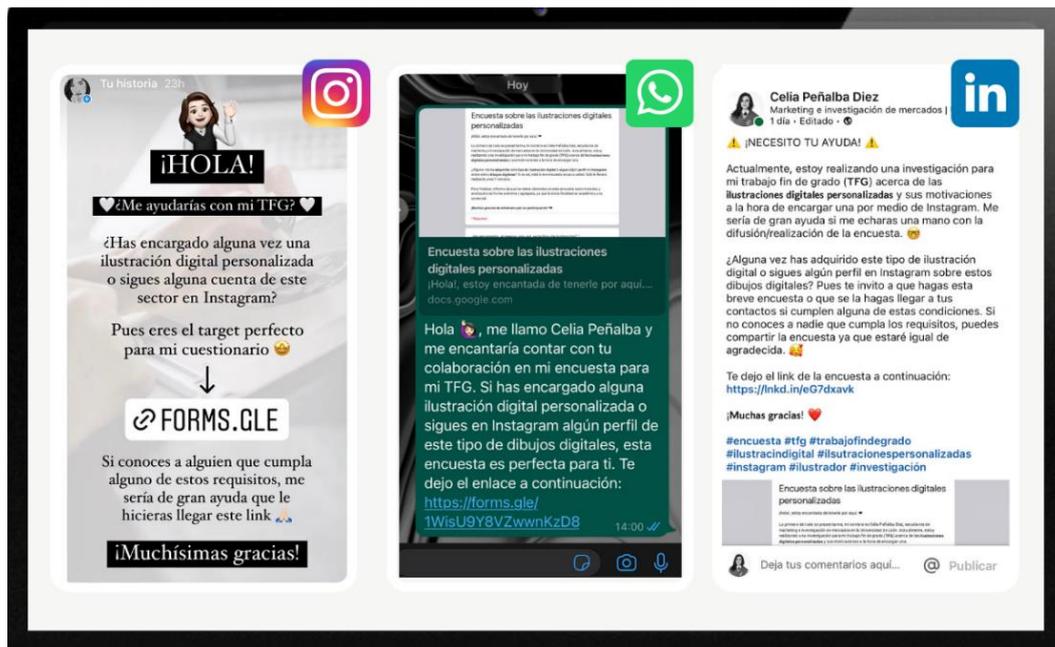
Lo primero de todo es presentarme, mi nombre es **Celia Peñalba Diez**, estudiante de marketing e investigación de mercados en la Universidad de León. Actualmente, estoy realizando una investigación para mi trabajo fin de grado (TFG) acerca de las **ilustraciones digitales personalizadas** y sus motivaciones a la hora de encargarse una.

¿Alguna vez ha adquirido este tipo de ilustración digital o sigue algún perfil en Instagram sobre estos dibujos digitales? Si es así, está breve encuesta es para usted. Solo le llevará realizarla unos 7 minutos.

Para finalizar, informo de que los datos obtenidos en esta encuesta serán tratados y analizados de forma anónima y agregada, ya que la única finalidad es académica y no comercial.

¡Muchas gracias de antemano por tu participación! ♥

Figura 3.3. Difusión del cuestionario



The collage shows three different ways the survey was promoted:

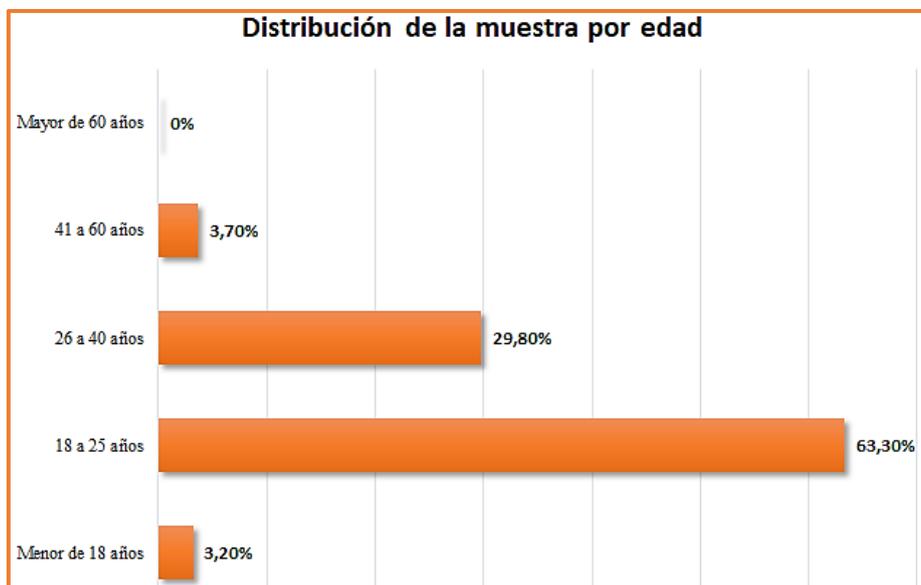
- Instagram Story:** A story with a cartoon character illustration. Text includes: "¡HOLA!", "¿Me ayudarías con mi TFG?", "¿Has encargado alguna vez una ilustración digital personalizada o sigues alguna cuenta de este sector en Instagram?", "Pues eres el target perfecto para mi cuestionario", a link to "FORMS.GLE", "Si conoces a alguien que cumpla alguno de estos requisitos, me sería de gran ayuda que le hicieras llegar este link", and "¡Muchísimas gracias!".
- WhatsApp Message:** A message with a green header "Hoy" and a WhatsApp icon. It contains the survey title, a greeting, the researcher's name and university, a request for help, the survey link "https://forms.gle/1WisU9Y3VZwwnKzDB", and the time "14:00".
- LinkedIn Post:** A post by Celia Peñalba Diez, Marketing e investigación de mercados. It includes a warning icon and text: "¡NECESITO TU AYUDA!", "Actualmente, estoy realizando una investigación para mi trabajo fin de grado (TFG) acerca de las ilustraciones digitales personalizadas y sus motivaciones a la hora de encargarse una por medio de Instagram. Me sería de gran ayuda si me echaras una mano con la difusión/realización de la encuesta.", "¿Alguna vez has adquirido este tipo de ilustración digital o sigues algún perfil en Instagram sobre estos dibujos digitales? Pues te invito a que hagas esta breve encuesta o que se la hagas llegar a tus contactos si cumplen alguna de estas condiciones. Si no conoces a nadie que cumpla los requisitos, puedes compartir la encuesta ya que estaré igual de agradecida.", the survey link "https://lnkd.in/g7dxavk", "¡Muchas gracias!", and hashtags "#encuesta #tfg #trabajoingrado #ilustradigital #ilustracionespersonalizadas #instagram #ilustrador #investigación".

3.3.3. Perfil sociodemográfico de la muestra

En este apartado, nos encontramos las preguntas demográficas para conocer el perfil de los encuestados. También, nos encontramos con cuestiones sobre su comportamiento en Instagram para intentar conocer más sobre el perfil de estos usuarios.

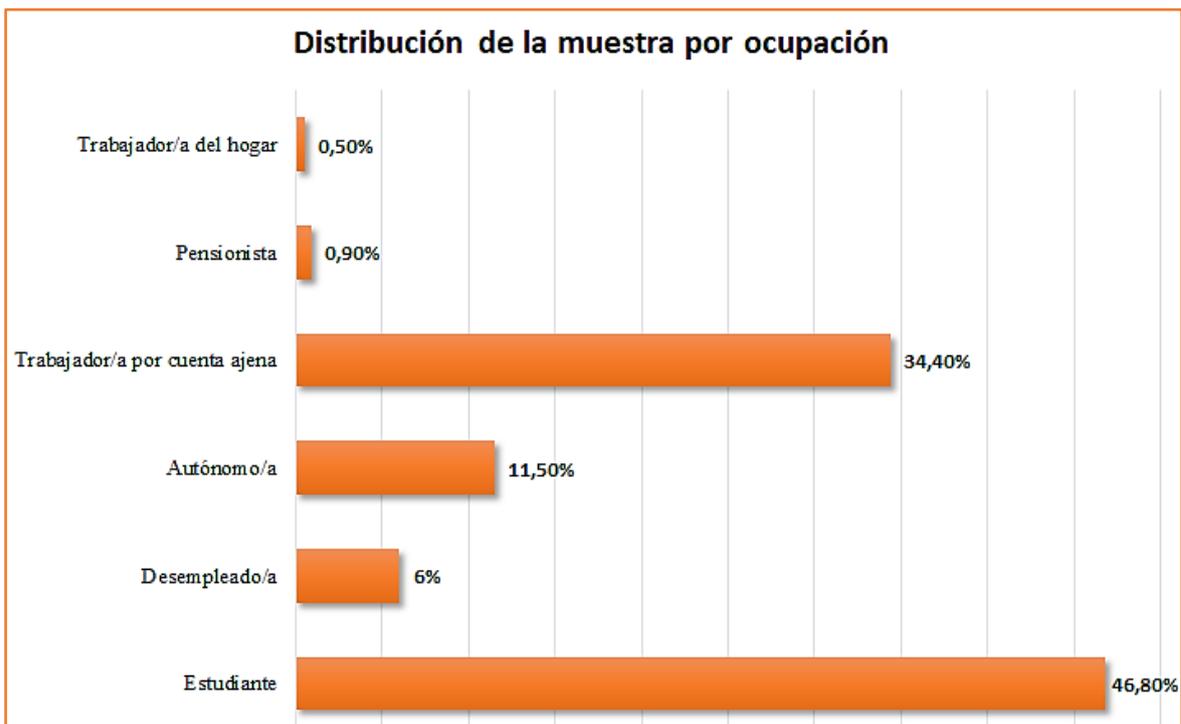
En primer lugar, centrándonos en el sexo de los usuarios, un 65,1% son mujeres y el 34,9% restante son hombres, por tanto, predomina una muestra mayoritariamente femenina (Véase Anexo IV). En segundo lugar, analizando el gráfico 1.5, podemos ver los rangos de edad más representativos: el grupo más grande se encuentra en el rango de edad de 18 a 25 años con un porcentaje de 63,3% y el segundo grupo más grande es el que se encuentra entre los 26 y 40 años con un porcentaje de 29,8%. Seguidamente, se encuentra los del grupo de 41 a 60 años con un 3,7% y los menores de 18 años con 3,2% y no hay representación de ningún usuario de más de 60 años. Por tanto, nos vamos a centrar únicamente en los dos grupos más representativos y, con ello, formaremos dos nuevas categorías: una con un 68% de usuarios de 18 a 25 años y otra con un 32% de encuestados de 26 a 40 años.

Gráfico 3.1. Distribución de la muestra por la variable edad



Fuente: Elaboración propia

En tercer lugar, si nos fijamos en el gráfico 1.6, podemos ver la situación laboral de los encuestados: casi la mitad son estudiantes, más concretamente un 46,8%, seguido de los trabajadores por cuenta ajena con un 34,4%. El 11,5% son autónomos y el 6% se encuentran en situación de desempleo. Apenas hay un 0,9% de pensionistas y un 0,5% de trabajadores del hogar.

Gráfico 3.2. Distribución de la muestra por la variable ocupación profesional

Fuente: Elaboración propia

Pasando a las preguntas sobre el comportamiento en Instagram, el 99,1% posee un perfil social en esta red social y, de estos usuarios, la gran mayoría consulta Instagram todos los días, más concretamente el 94%, el 5% entra en la app varios días a la semana y 1% la utiliza varios días al mes. En cuanto al momento del día en el que más se utiliza Instagram, más de la mitad de los usuarios la utilizan durante todo el día (51%), un 41% por la noche, un 25% por la tarde, un 22% según se despierta y un 12% a media mañana. Pasando a las razones por las que se tiene un perfil en esta red social, podemos ver que mayoritariamente el 83,9% de los encuestados utiliza Instagram como fuente de entretenimiento, seguido de un 69,1% para estar conectado con amigos y familiares, un 40,1% para conocer las noticias de actualidad, 26,7% como fuente de inspiración, 22,1% para aprender, un 5,1% por trabajo y negocios y un 0,5% para conocer nuevos productos.

Para finalizar, la muestra total de encuestas realizadas ha sido de 218 respuestas, siendo válidas para el estudio 195 de ellas debido a que 2 encuestados contestaron que no poseen un perfil social en Instagram y a que 21 usuarios respondieron que no siguen a ningún perfil profesional relacionado con el sector de las ilustraciones digitales. Esta encuesta se ha dirigido a los clientes de ilustraciones digitales y a sus seguidores en Instagram.

3.4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

Para analizar e interpretar los resultados de la encuesta, se mostrarán las gráficas y las tablas que contienen datos con frecuencias absolutas, con el objetivo de mostrar el número de respuestas de todas las categorías, incluyendo las que tienen muy baja respuesta.

3.4.1. Estudio sobre la perspectiva de los clientes de ilustraciones digitales personalizadas

De las 195 respuestas válidas, 92 encuestados respondieron que sí han adquirido, al menos una vez, una ilustración digital personalizada. Para analizar el perfil de este tipo de cliente, haremos varias tablas cruzadas con los datos obtenidos en la encuesta:

Tabla 3.1. Tabla cruzada sexo, edad y consumidores de ilustraciones digitales personalizadas

TABLA CRUZADA SEXO, EDAD Y CONSUMIDOR ILUSTRACIONES			
Edad	Hombre	Mujer	Total general
18 a 25 años	15	46	61
26 a 40 años	11	16	27
41 a 60 años	3	1	4
Total general	29	63	92

Fuente: Elaboración propia

Observando la tabla 3.1, podemos ver que de los 92 clientes la gran mayoría de éstos son mujeres de entre 18 y 25 años, en concreto hay 46 mujeres, seguido de 16 encuestadas de sexo femenino de entre 26 y 40 años. Del grupo de 41 a 60 años, únicamente hay una mujer y no hay ninguna menor de edad. En cuanto a los hombres, más o menos están igualados los grupos de 18-25 años y 26-40 años, con 15 y 11 hombres respectivamente. Al igual que con el grupo femenino, de 41 a 60 años sólo hay 3 encuestados masculinos y ningún menor de edad. Por lo tanto, debido a la ausencia de clientes menores de edad y de pocos representantes de entre 41 y 60 años, nos centraremos en los grupos de 18-25 años y 26-40 años, como ya mencionamos en el perfil sociodemográfico. Es decir, nos quedamos con 88 clientes: 62 mujeres y 26 hombres de entre 18 y 40 años.

Tabla 3.2. Tabla cruzada sexo, situación laboral y consumidores de ilustraciones digitales personalizadas

TABLA CRUZADA SEXO, SITUACIÓN LABORAL Y CONSUMIDOR ILUSTRACIONES			
Situación laboral	Hombre	Mujer	Total general
Autónomo/a	4	6	10
Desempleado/a	2	2	4
Estudiante	9	30	39
Pensionista	1		1
Trabajador/a por cuenta ajena	10	24	34
Total general	26	62	88

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la situación laboral, vemos en la tabla 3.2. que los clientes se reparten entre estudiantes (39) y trabajadores por cuenta ajena (34), siendo mujeres mayoritariamente con 30 y 24 encuestadas femeninas respectivamente. En cuanto a los hombres, más o menos están igualadas las cifras, destacando 10 trabajadores por cuenta ajena y 9 estudiantes. Por tanto, debido a los pocos representantes de autónomos, desempleados, pensionistas y trabajadores del hogar, únicamente nos quedaremos con los estudiantes (39) y los trabajadores por cuenta ajena (34). Por ende, nos quedamos con 73 clientes: 54 mujeres (30 estudiantes y 24 trabajadoras) y 19 hombres (9 estudiantes y 10 trabajadores).

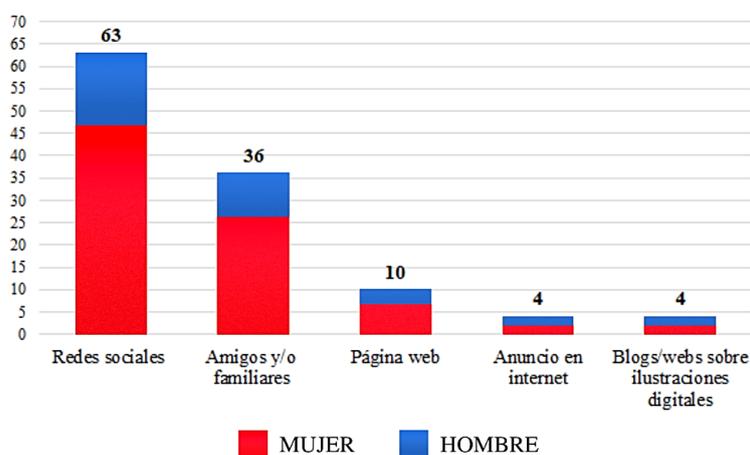
Tabla 3.3. Tabla cruzada sexo y número de veces de encargo de ilustraciones digitales personalizadas

“¿Cuántas veces ha encargado una ilustración digital personalizada?”	Hombre	Mujer	Total general
Una vez	8	26	34
Dos veces	3	15	18
Tres veces	5	5	10
Cuatro veces	2	3	5
5 o más	1	5	6
Total general	19	54	73

Fuente: Elaboración propia

Observando la tabla 3.3, de los 73 clientes el 46,5% han adquirido una sola vez este producto, el 24,6% la han adquirido dos veces, el 13,6% lo han hecho tres veces, el 6,8% lo han hecho cuatro veces y el 8,2% cinco o más veces. En cuanto a la pregunta “¿Encargaría otra vez una ilustración digital personalizada?”, el 91,7% de los clientes contestaron que sí a dicha pregunta, desglosando este porcentaje en 77,6% de mujeres y 22,3% de hombres, y el 8,2% contestaron que tal vez volverían a encargar este tipo de producto. No hubo ningún cliente que contestara “no” a la pregunta.

Gráfico 3.3. Plataformas a través de las cuales los clientes conocieron las ilustraciones
¿Cómo conoció la existencia de este producto?



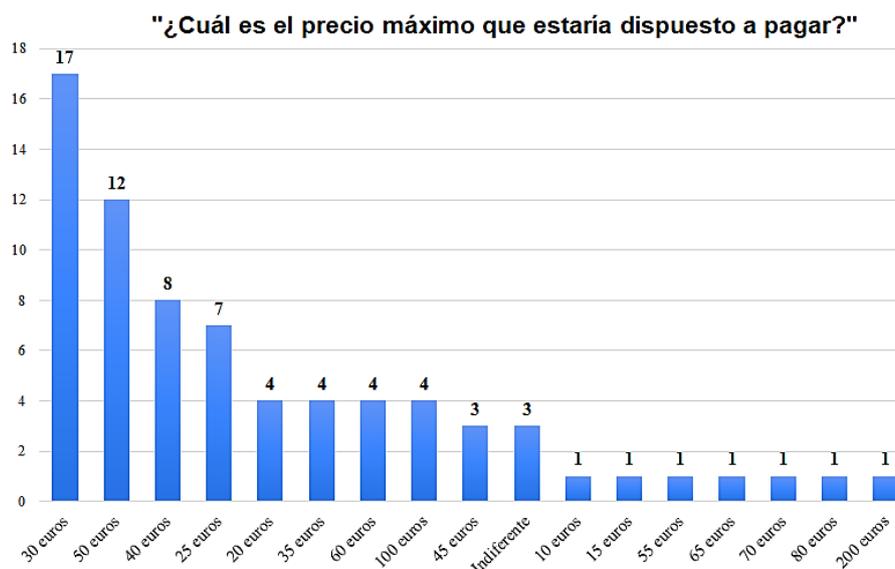
Fuente: Elaboración propia

Analizando el gráfico 3.3, podemos ver que mayoritariamente tanto hombres como mujeres conocieron este tipo de ilustración a través de las redes sociales, seguido de 36 clientes que conocieron el producto por amigos y/o familiares, 10 por páginas web, 4 por anuncios en internet y 4 por blogs y webs sobre el sector de la ilustración.

Con respecto a las plataformas de comunicación para contactar con el ilustrador, de los 73 encuestados el 83,6% utilizaron Instagram, el 41,1% usaron WhatsApp, el 19,2% emplearon el correo electrónico y un 11% las páginas web propias de los ilustradores. Sin embargo, Facebook y Twitter apenas es utilizada para esta proceso y TikTok no se utiliza en absoluto. Por lo tanto, vemos que principalmente los clientes de las ilustraciones digitales personalizadas se encuentran en Instagram y utilizan esta red social para encargar el producto.

Pasando al precio de las ilustraciones digitales personalizadas, el 60,3% de los clientes pagaron por una unidad de producto entre 10 y 25€, seguido de un 27,4% de clientes que pagaron entre 26 y 41€. Le sigue un 5,5% de encuestados que pagaron entre 42 y 57€, un 4,1% con un precio de menos de 10€ y un 2,7% con un precio de más de 73€. Por ende, el precio medio de una ilustración ronda un precio de entre 10 y 41€. Para entender la percepción de los clientes sobre estos precios, se les preguntó “¿Cuál es el precio máximo que estaría dispuesto a pagar?” y esto fue lo que respondieron:

Gráfico 3.4. Precio máximo que los clientes estarían dispuestos a pagar



Fuente: Elaboración propia

Observando el gráfico 3.4, vemos que los precios máximos se encuentran entre los 20€ y

los 50€. Por lo tanto, los clientes no estarían dispuestos a pagar mucho más dinero de lo que ya hacen. Por esta razón, nos centraremos en las cifras más representativas, por lo que para entender un poco más sobre la percepción de estos clientes analizaremos el sexo, la edad y su situación profesional de estos encuestados observando la tabla 3.4. En primer lugar, si analizamos el sexo tanto hombres como mujeres han comentado, en primer lugar, que estarían dispuestos a pagar como máximo 30€. En el sexo masculino las respuestas más o menos están repartidas, en cambio en el sexo femenino destacan las opciones de 50€ con 10 respuestas y 40€ con 7 respuestas. En segundo lugar, si observamos la edad vemos que mayoritariamente las respuestas provienen del grupo de 18 a 25 años y destacamos que, al igual que antes, las cifras más representativas son 30€, 50€ y 40€, en este orden. En cuanto al grupo de 26 a 40 años, destacan en igual proporción las opciones de 50€ y 35€. En tercer lugar, si nos centramos en la ocupación vemos que las respuestas son algo más dispares: los estudiantes prefieren pagar, en primer lugar, 30€ pero los trabajadores comentaron que pagarían 50€ como máximo. Esto puede deberse a las diferencias salariales entre ambos grupos.

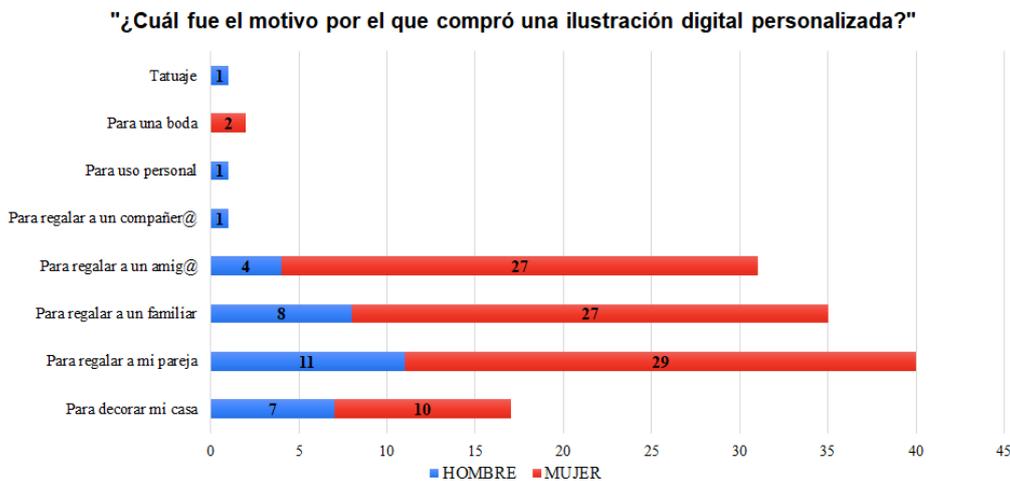
Tabla 3.4. Precio máximo a pagar según sexo, edad y ocupación profesional

PRECIO	SEXO		EDAD		OCUPACIÓN		TOTAL
	MUJER	HOMBRE	18-25	26-40	ESTUDIANTE	TRABAJADOR	
30 €	13	4	17	0	13	4	17
50 €	10	2	9	3	5	7	12
40 €	7	1	8	0	8	0	8
25 €	5	2	6	1	2	5	7
20 €	3	1	4	0	4	0	4
35 €	3	1	1	3	1	3	4
TOTAL	54	19	59	14	39	34	73

Fuente: Elaboración propia

Para entender más sobre la compra de ilustraciones digitales personalizadas, se les preguntó sobre los motivos y la festividad que motivo la adquisición de este producto.

Gráfico 3.5. Motivo de la compra según sexo

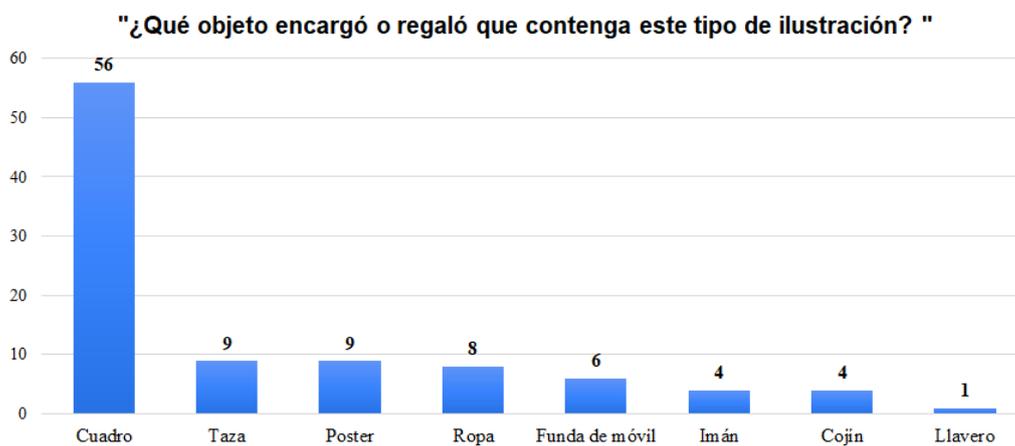


Fuente: Elaboración propia

Como podemos ver en el gráfico 3.5, el principal motivo que han contestado tanto hombres como mujeres es para regalárselo a una pareja sentimental, con 40 respuestas, es decir, un 55% de los encuestados. A continuación, de los 73 clientes el 48% regalaron el producto a un familiar y el 42,4% a un amigo. En cuanto a las festividades que motivaron la compra, de los 73 encuestados el 63% regalaron este producto en un cumpleaños, un 42,5% en Navidad, el 27,4% en aniversarios y el 12,3% en San Valentín.

En cuanto al formato del producto, el 41,1% recibió su ilustración personalizada en formato digital, el 31,5% en formato digital y físico de forma conjunta, y el 27,3% de forma física. En cuanto al formato tangible, se les preguntó a los encuestados sobre el objeto que encargaron/regalaron que contenga este tipo de ilustraciones y las respuestas fueron:

Gráfico 3.6. Ilustraciones digitales personalizadas en formato físico



Fuente: Elaboración propia

Observando el gráfico 3.6, vemos que mayoritariamente destacan los cuadros con ilustraciones digitales personalizadas, con 56 respuestas. Le siguen las tazas y los posters en igual proporción con 9 respuestas y después la ropa con 8 respuestas. En cuanto al nivel de satisfacción general, podemos decir que el 76,7% de los encuestados se encuentran 100% satisfechos con su producto ya que éstos escogieron la opción 5 sobre 5 de la escala likert. El 23,3% restante escogieron la opción 4, lo que equivale que también están muy satisfechos con el producto, pero hay ciertos aspectos que se pueden mejorar.

Por lo tanto, tras estos análisis, podemos concluir que el perfil del cliente de las ilustraciones digitales personalizadas son mujeres estudiantes de entre 18 y 25 años que han adquirido una única vez este producto, pero que volverían a hacerlo. Además, descubrieron este tipo de ilustración a través de las redes sociales y encargaron dicho

producto a través de Instagram. En cuanto al precio, éstas pagaron entre 30 y 41 euros y como precio máximo aceptarían costear 30€, por lo que no están dispuestas a pagar mucho más por este producto. Pasando a los razones que motivaron la compra, estas mujeres regalaron una ilustración digital personalizada a sus parejas sentimentales y/o para familiares y amigos durante algún cumpleaños o durante las festividades navideñas. En cuanto al formato de producto, estas clientes recibieron su producto en formato digital, pero al regalarlo en formato físico, éstas lo hicieron a través de la impresión y enmarcación de la ilustración para obtener un cuadro.

3.4.2. Estudio sobre la perspectiva de los seguidores de ilustradores digitales en Instagram

De las 195 respuestas válidas, únicamente nos vamos a centrar en aquellos usuarios tanto de sexo masculino como femenino, entre 18 y 40 años y cuya ocupación profesional sea estudiantil y/o trabajador por cuenta ajena. Por tanto, nos quedamos con 149 encuestados. De entre estos usuarios, el 100% posee un perfil social en Instagram y, además, el 96,6% utiliza esta red social todos los días. El 3,4% restante la utilizan varios días al mes.

Pasando a la frecuencia de uso de Instagram, si observamos la tabla 3.5 podemos ver que tanto en el sexo, en la edad y en la ocupación profesional, los usuarios utilizan durante todo el día esta red social. El siguiente momento en el que más se utiliza Instagram es durante la noche, con 58 respuestas. Le siguen los momentos de “por la tarde” y “según me despierto” con 29 y 27, respectivamente. La ocasión del día en el que menos se usa la red social es a media mañana, pero esto no ocurre en los trabajadores, ya que para éstos el momento en que el menos usan Instagram es por la tarde y esto puede deberse a que coincide con su horario laboral. En cambio, los estudiantes apenas usan la app a media mañana ya que puede coincidir con su horario escolar.

Tabla 3.5. Momento del día en que más se usa Instagram según sexo, edad y ocupación

MOMENTO DEL DÍA	MUJER	HOMBRE	18-25 AÑOS	26-40 AÑOS	ESTUDIANTE	TRABAJADOR	TOTAL
Según me despierto	18	9	22	5	11	16	27
A media mañana	11	4	13	2	3	12	15
Por la tarde	19	10	25	4	19	10	29
Por la noche	40	18	49	9	31	27	58
Durante todo el día	61	26	69	18	54	33	87

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los motivos por lo que los encuestados tienen un perfil en Instagram, si prestamos atención a la tabla 3.6, vemos que el principal motivo, tanto en la categoría de sexo, edad y ocupación profesional, es el entretenimiento (126 encuestados), seguido del motivo de estar conectado con amigos y familiares (106). En tercer lugar, tenemos por motivos de actualidad y de estar informado (59) y, en cuarto lugar, por inspiración (48).

Tabla 3.6. Motivos por lo que se tiene un perfil en Instagram según sexo, edad y ocupación

MOTIVOS	MUJER	HOMBRE	18-25 AÑOS	26-40 AÑOS	ESTUDIANTE	TRABAJADOR	TOTAL
Entretenimiento	92	34	101	25	70	56	126
Estar conectado con amigos/familiares	74	32	83	23	65	41	106
Noticias y actualidad	40	19	47	12	33	26	59
Inspiración	39	9	39	9	27	21	48
Aprendizaje	28	8	28	8	18	18	36
Trabajo	3	2	4	1	3	2	5
Conocer nuevos productos	1	0	0	1	0	1	1
TOTAL	277	104	302	79	216	165	381

Fuente: Elaboración propia

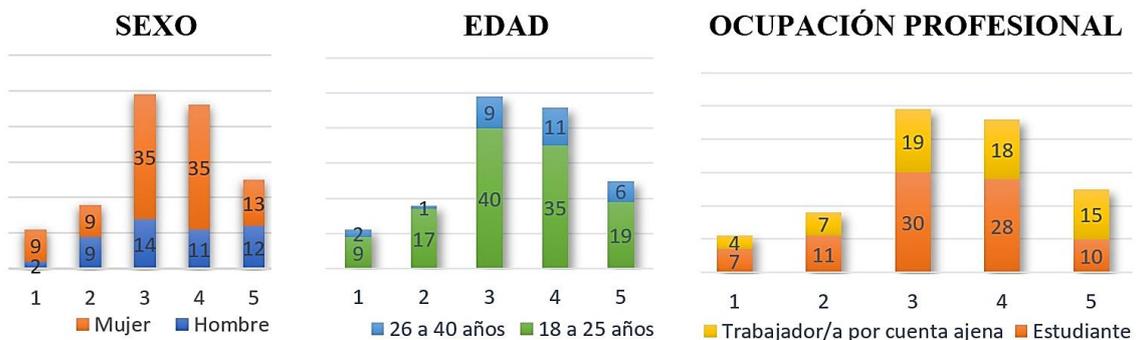
Pasando a las preguntas sobre perfiles de ilustradores digitales en Instagram, el 100% de los encuestados siguen al menos una cuenta relacionada con el sector a investigar. Para saber su grado de interés por la ilustración digital, se les preguntó acerca del número de perfiles profesionales afines a este tema que siguen en Instagram y el 44% sigue únicamente a una cuenta, el 18% sigue dos perfiles, el 17% sigue a más de cinco cuentas, el 12% a tres perfiles, el 6% a cuatro cuentas profesionales y apenas el 2% siguen a cinco. Por lo tanto, de aquí podemos extraer dos grupos: los usuarios que únicamente siguen, como mucho, a dos perfiles profesionales de ilustraciones digitales, y los usuarios que siguen a más de cinco perfiles porque les encanta este sector.

A continuación, se les solicitó que escribieran el nombre de uno de estos perfiles profesionales que siguen en Instagram y debido a la gran cantidad de nombres solo mencionaremos aquellos que han sido escritos más veces: el 48% de los encuestados han mencionado a @blancetnoir_cpd debido a que éste es el perfil profesional de ilustraciones digitales personalizadas de la autora de este trabajo, a través del cual se difundió la encuesta a sus seguidores. El 13% mencionó a @ladylemonillustration debido a que es uno de los perfiles del sector que compartió la encuesta entre sus seguidores. El 7% escribió el nombre de @laiartt, que es el perfil entrevistado en este trabajo, el 4% mencionó a @miss_littlebig, el 2% a @aidartist y otro 2% a @girasol_ilustracion. Algunos de los otros perfiles mencionados son @bsar.te, @carolamarin.art, @soy_el_dibujante_secreto, los cuales han obtenido apenas un 1% cada uno. Todas estas

cuentas profesionales se dedican a la ilustración digital pero no todas son iguales ya que algunas tienen un estilo más realista, otras de cómic o dibujo animado, otras combinan el dibujo tradicional con el digital, etc. Para complementar esta información y saber el nivel de interés de los encuestados por seguir este tipo de perfiles, 142 encuestados de los 149 seleccionados les gustan los contenidos publicados en estas cuentas, 67 usuarios de los 149 lo hacen por motivos de entretenimiento, 54 encuestados siguen estos perfiles porque fomentan la adquisición de ilustraciones digitales, 24 usuarios porque les inspira a dibujar y únicamente 8 encuestados siguen estos perfiles porque son amigos o conocidos de los ilustradores.

Posteriormente, para conocer aún más sobre los gustos y preferencias de los encuestados en cuanto al contenido que se publica en Instagram, se les planteó varias opciones de parejas complementarias y/u opuestas para ver que opciones les gustan y les llama más la atención. Para ello, a través de una escala likert, los encuestados deben escoger un número del 1 al 5 para mostrar su interés por una de las opciones. Si éstos escogen un número cercano a 1, mostrarán predilección por la opción y si escogen un número cercano a 5, mostrarán preferencia por la opción B.

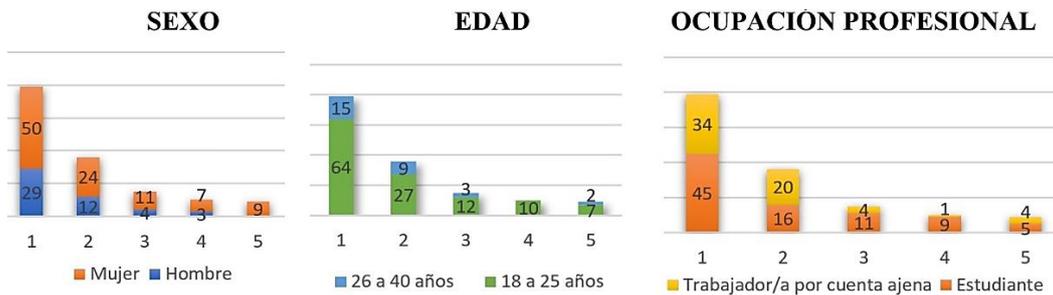
Gráfico 3.7. “¿Qué tipo de formato prefiere ver en Instagram?” 1 = imagen y 5 = vídeo



Fuente: Elaboración propia

Observando el gráfico 3.7, vemos que en las tres categorías sociodemográficas, el número más seleccionado es el 3, con un 32,9% de respuestas. Por lo tanto, es una respuesta intermedia, pero podemos observar que hay bastantes respuestas con el número 4 (30,9%) y algunas con el 5. Por lo que podemos decir que a los usuarios les gusta tanto las imágenes como los vídeos, pero se decantan más por el formato audiovisual.

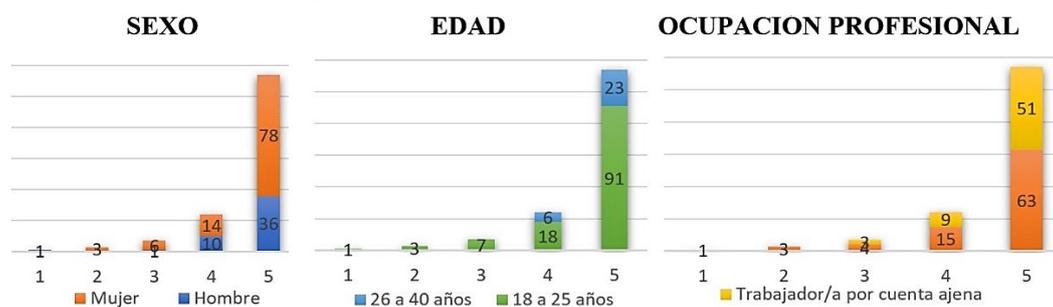
Gráfico 3.8. “¿Qué tipo de vídeo le gusta más: el que muestra todo el proceso de elaboración o el que muestra la parte final?” 1 = proceso completo y 5 = parte final



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al gráfico 3.8, en las tres categorías sociodemográficas podemos ver con claridad que el número más seleccionado es el 1 (53%), lo que significa que los encuestados prefieren ver vídeos en los que se muestra el proceso completo de elaboración de una ilustración digital, en vez de ver el resultado final.

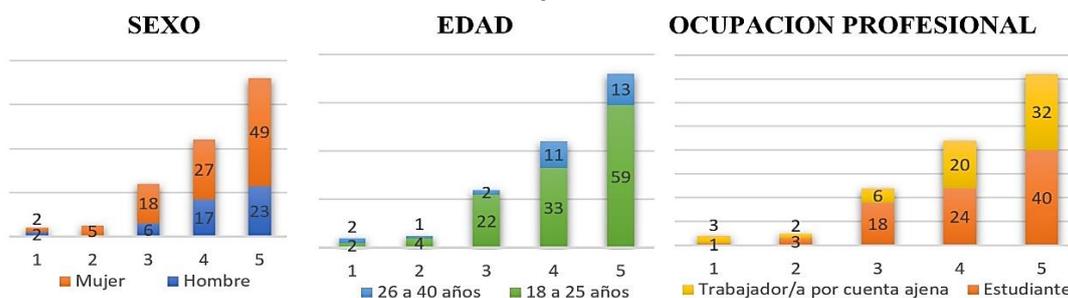
Gráfico 3.9. “¿Qué tipo de perfil le parece más atractivo: el que no tiene historias destacadas o el que sí las tiene?” 1 = sin historias y 5 = con historias



Fuente: Elaboración propia

Pasando al gráfico 3.10, también vemos claramente que los encuestados han seleccionado el número 5, es decir, prefieren los perfiles con historias destacadas (76,5%) en vez de aquellos perfiles sin historias destacadas.

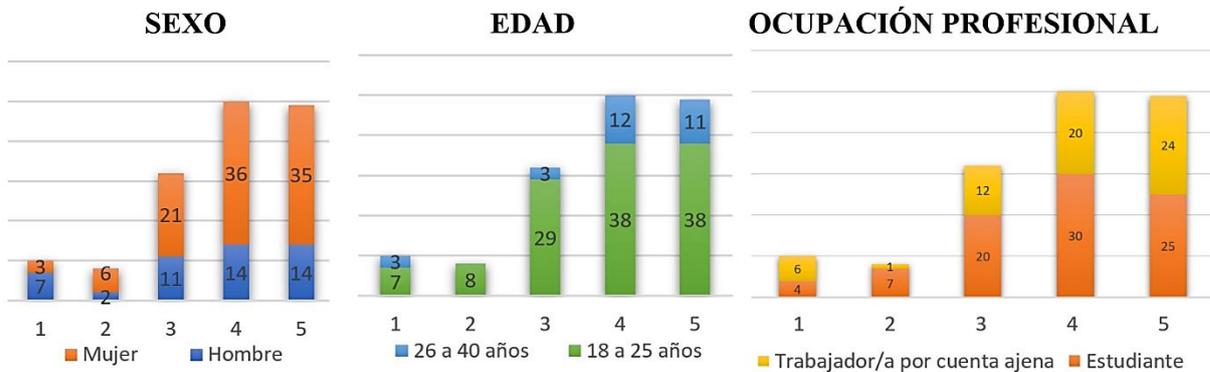
Gráfico 3.10. “¿Qué perfil de Instagram le llama más la atención: el que tiene las publicaciones desordenadas o el que las tiene ordenadas siguiendo un patrón?” 1 = desordenadas y 5 = ordenadas



Fuente: Elaboración propia

A continuación, en el gráfico 3.10 vemos que, en todas las categorías, la opción más seleccionada es el 5 (48,3%), lo que significa que a estos usuarios les gusta más lo perfiles con publicaciones ordenadas y siguiendo un patrón.

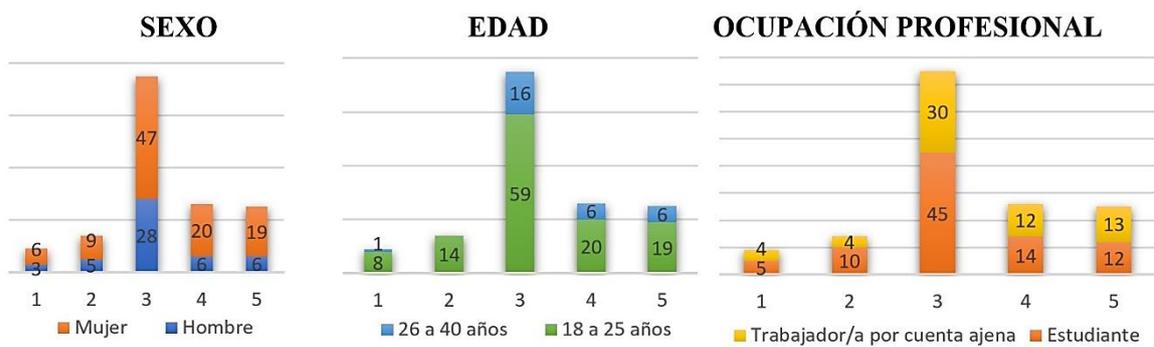
Gráfico 3.11. “¿Qué perfil de Instagram le gusta más: el que no tiene fotografías del ilustrador o el que sí las tiene?” 1 = sin fotografías y 5 = con fotografías



Fuente: Elaboración propia

Pasando al gráfico 3.11, las categorías 4 y 5 están casi igualados, con 33,6% y 32,9% respectivamente. Por lo que podemos decir que los encuestados prefieren seguir perfiles profesionales que contengan fotos del ilustrador, es decir, que estas cuentas estén humanizadas.

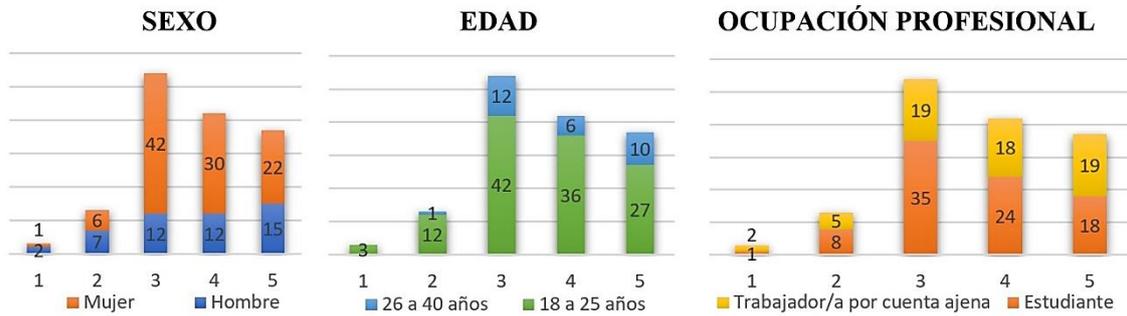
Gráfico 3.12. “¿Qué tipo de ilustraciones digitales le gusta más: las que están en blanco y negro o las que están en color?” 1 = blanco y negro y 5 = a color



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al gráfico 3.12, vemos claramente que el número más seleccionado es el 3 (50,3%), lo que significa que los encuestados prefieren tanto las ilustraciones digitales en blanco y negro como las de color.

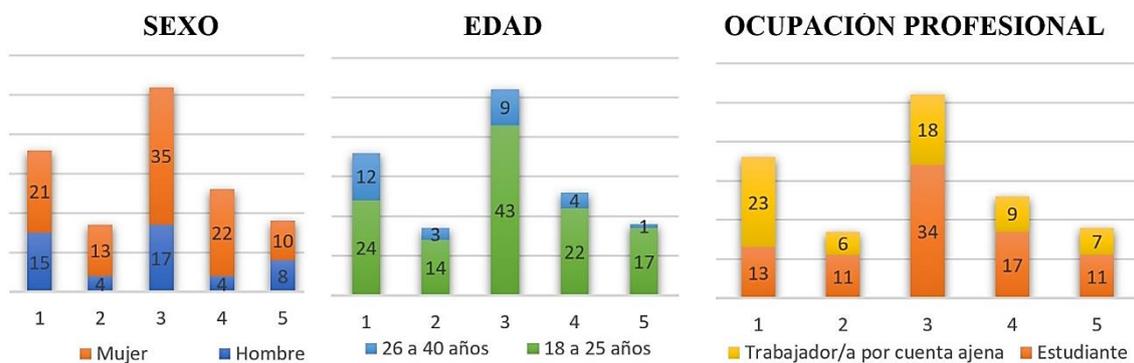
Gráfico 3.13. “¿Qué ilustraciones digitales le llama más la atención: las de animales o las de personas?” 1 = animales y 5 = personas



Fuente: Elaboración propia

Seguidamente, viendo la gráfica 3.13 observamos que la opción más marcada es el 3 (36,2%), lo que simboliza una posición intermedia. Sin embargo, podemos ver que las respuestas se acumulan en la zona derecha de la gráfica, por lo que aunque los encuestados les gustan tanto las ilustraciones de animales como de personas, éstos se decantan por los que tienen personas ilustradas digitalmente.

Gráfico 3.14. “¿Qué ilustraciones digitales le gusta más: las de estilo realista o las de estilo cómic?” 1 = estilo realista y 5 = estilo cómic



Fuente: Elaboración propia

Finalmente, viendo el gráfico 3.14 observamos que hay disparidad de respuestas, aunque la opción que más destaca es el número 3 (34,9%), seguido de la opción 1 (24,2%). Por lo tanto, aunque tanto el estilo realista como el estilo cómic sean igual de aceptados por los encuestados, hay una pequeña predilección por las ilustraciones digitales realistas.

Por tanto, tras estos análisis, podemos concluir que el perfil de los seguidores de perfiles profesionales sobre ilustraciones digitales son mujeres estudiantes de entre 18 y 25 años que tienen un perfil social en Instagram, el cual utilizan todos los días durante todo el día pero sobre todo en las horas más cercanas a la noche. En cuanto a las razones por lo que estas mujeres tienen un perfil en esta red social, son por motivos de entretenimiento, luego

para estar conectado con sus amigos y familiares, después para estar informado de las noticias de actualidad y, por último, para obtener inspiración. Pasando a su comportamiento en Instagram en cuanto a los perfiles de ilustraciones digitales, todas estas mujeres siguen entre uno y dos perfiles de este sector, pero también hay otro grupo de usuarias a las que les encanta el mundo de la ilustración digital y siguen a más de cinco cuentas de este ámbito. Para conocer más aún los gustos de estas mujeres, algunas de los perfiles profesionales que siguen en Instagram son @blancetnoir_cpd, @ladylemonillustration, @laiartt, @miss_littlebig, @aidartist y @girasol_ilustracion. Todos estos perfiles se dedican a la ilustración digital personalizada, pero también realizan ilustraciones creativas con diferentes estilos artísticos, colores, técnicas, etc. Los motivos por lo que nuestras encuestadas siguen estos perfiles son porque les gustan los contenidos publicados por estas ilustradoras, también por motivos de entretenimiento, seguido de porque se fomenta la adquisición de ilustraciones digitales y, por último, porque les inspira a dibujar. Para finalizar con la determinación de este tipo de perfil, las preferencias de estas mujeres en cuanto al contenido que prefieren ver en los perfiles profesionales de Instagram son las siguientes:

- Les gusta tanto el formato vídeo como el formato de imagen, pero se decantan más por el formato audiovisual.
- Prefieren ver un vídeo mostrando el proceso completo de elaboración de una ilustración digital, en vez de visualizar únicamente la parte final.
- Se decantan más por aquellos cuentas profesionales que poseen historias destacadas en sus perfiles.
- Escogen aquellos perfiles que tienen fotos del ilustrador, es decir, aquellos perfiles que están humanizados ya que les gusta saber quién está detrás de las ilustraciones digitales que visualizan.
- Les gusta tanto las ilustraciones digitales a color como las que están en blanco y negro.
- Se decantan tanto por las ilustraciones digitales de animales como las de las personas, pero les gusta más aquellas que contienen personas.
- Escogen tanto las ilustraciones digitales de estilo realista como las de estilo cómic, pero se decantan más por aquellas que tiene un formato más realista.

CAPÍTULO 4. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES EMPRESARIALES

Una vez realizado el presente trabajo, caben extraer una serie de conclusiones para comprender mejor el ámbito de las ilustraciones digitales personalizadas y su relación con Instagram y los usuarios de esta red social. En primer lugar, extraeremos conclusiones de los objetivos a nivel teórico.

Instagram es una gran red social que brinda excelente oportunidades de emprendimiento a grandes y pequeñas empresas, pero es una ardua tarea conseguir un crecimiento bueno y constante. Es por esta razón que existen consejos y estrategias de marketing que pueden ayudar a las empresas a crecer en Instagram: es muy importante saber generar contenido de gran valor para los usuarios de esta red social, de tal forma que éstos aprecien los posts que se publican en el perfil y lo vean como útil e interesante. Además, es necesario hacer que el usuario se siente involucrado en la creación de este contenido a través de preguntas, comentarios o mensajes directos con el administrador del perfil. También es útil realizar sorteos en el perfil, pero esto es un arma de doble filo ya que ocurrir que los nuevos seguidores obtenidos no interactúen con la cuenta y perjudiquen en el engagement. Otra técnica muy útil es la colaboración con influencers para captar a más usuarios, pero es crucial escoger un buen influencer que tenga buena interacción con sus usuarios. La siguiente estrategia es adentrarse en otras plataformas audiovisuales a través de una estrategia de multicanalidad para ampliar el alcance de las acciones de comunicación. Además, otro aspecto importante es aprovechar la temporalidad y las tendencias virales del momento para captar la atención de un gran número de usuarios. También es útil realizar y diseñar cobrandings y colaboraciones digitales con otros perfiles del sector en el que se opera para maximizar el impacto de las acciones de comunicación. La siguiente estrategia es realizar una buena estrategia de hashtags para posicionarse en Instagram y, por último, apostar por las estrategias de vídeo marketing ya que el contenido audiovisual está en auge.

Hemos podido comprobar que la ilustración digital no es un ámbito que haya nacido en la actualidad, si no que lleva existiendo desde hace muchos años. Pero gracias a los avances en la tecnología y en la informática, la ilustración digital ha podido desarrollarse y evolucionar para crear nuevos estilos artísticos, emplearse en multitud de ámbitos de aplicación y crear numerosas carreras profesionales.

En cuanto al marketing mix de las ilustraciones digitales personalizadas, hemos observado que este tipo de producto es creado específicamente para un cliente particular a través de varios softwares de diseño digital con el objetivo de ser regalado a una tercera persona. Las características de este producto pueden diferir en cuanto a su estilo artístico (realista, de cómic, vectorial, pixelart, ...), su tamaño (DIN A3, A4 y A5), su formato (digital o físico), etc. En cuanto a su precio, no hay ningún criterio generalizado y establecido que ayude a fijar el precio ya que cada ilustrador lo establece según el coste de sus materiales, de su tiempo, su cuota de autónomo, etc. Pero haciendo una observación, los precios van desde los 10€ hasta los 90€. Además, se suelen hacer descuentos y promociones en función de fechas especiales y festividades. Pasando a la promoción, muchos ilustradores siguen una estrategia de multicanalidad, adaptando el contenido a cada tipo de plataforma, para llegar a muchos más usuarios. También realizan otro tipo de estrategias como las colaboraciones con otros ilustradores, sorteos, promociones de pago en Instagram, etc. Por último, la distribución de las ilustraciones digitales personalizadas se puede realizar digitalmente, a través del correo electrónico, o de forma física, a través de empresas de mensajería y transportes. Para esta última opción, es necesario disponer de un buen packaging para proteger el producto y dar el sello distintivo de cada ilustrador.

Tras la entrevista con la ilustradora Laia Vázquez, hemos podido conocer su experiencia en Instagram como ilustradora emprendedora. Su crecimiento ha sido contante, pero ha tenido varios picos de desarrollo gracias a varias estrategias de marketing como los sorteos, estrategias de multicanalidad, marketing de influencers y el aprovechamiento de la estacionalidad y de festividades especiales. En cuanto al perfil de seguidores, son mayoritariamente mujeres provenientes de España y Latinoamérica y, si nos fijamos en la edad, hay dos grupos: los de entre 20 y 35 años, los cuales son los clientes habituales de esta ilustradora, y aquellos de entre 12 y 17 años, siendo estos los más fanáticos. Pasando al uso de Instagram para emprender, nos cuenta que la ventaja principal es que el alcance de esta red social es grandísimo ya que se puede llegar a captar a muchos usuarios de todo el mundo, pero la desventaja principal son los cambios constantes en el algoritmo de Instagram, lo que hace más difícil la labor de los creadores para captar la atención de los usuarios. Finalmente, el producto ilustrado que más le encargan a Laia es una ilustración digital personalizada de estilo realista con dos personas, en tamaño DIN A4, enviado de forma física y enmarcado para regalar, sobre todo, en las fiestas navideñas. Este producto es encargado principalmente por mujeres de entre 20 y 35 años.

Pasando a la observación y análisis de los comentarios de los seguidores de ilustradores digitales en Instagram, se ha observado que hay varios aspectos y temas que generan conversación en esta red social. Aquellas publicaciones que contienen bebés, niños pequeños y animales domésticos, como por ejemplo los perros, tienen un mayor número de comentarios que contienen palabras como “adorable”, “monísimo” y “preciosidad” con el objetivo de referirse a estos animales y personas. Otro aspecto que genera conversación son aquellos personajes ficticios muy conocidos y populares a nivel mundial, como por ejemplo personajes de películas o series animadas, lo que provoca que muchos usuarios puedan comentar sobre estos personajes. También, las ilustraciones que contienen localizaciones geográficas conocidas, como París, Roma o Disneyland, logran un mayor número de comentarios debido a que los seguidores podrán comentar experiencias vividas en estas ubicaciones. Un aspecto a mayores que fomenta la conversación son las ilustraciones digitales más creativas ya que suelen generar un mayor impacto y, con ello, hacen que el usuario esté más tiempo observando la publicación. Otro aspecto son los buenos “call to action” en los pie de foto de las publicaciones, es decir, las llamadas a la acción por parte de los ilustradores a sus seguidores. Con esto, se incita a que los usuarios comenten, en dichas publicaciones, algún mensaje relacionado con el contenido del “call to action”. Para finalizar, la gran mayoría de los comentarios provienen de otros ilustradores digitales, los cuales dan su apoyo a través de comentarios positivos.

Para finalizar con las conclusiones, se detallarán los perfiles de los seguidores y compradores de ilustraciones digitales personalizadas, puntualizando sus características sociodemográficas, los motivos de la compra o seguimiento de estas ilustraciones, nivel de satisfacción, preferencias, etc.

- **Compradores de ilustraciones digitales personalizadas:** mujeres estudiantes de entre 18 y 25 años que han comprado una vez este tipo de ilustraciones y que en un futuro lo volverían a adquirir. Descubrieron este tipo de productos gracias a las redes sociales, en concreto Instagram, a través de la cual encargaron una ilustración. El precio estimado de compra está entre los 30€ y 41€, pero no estarían dispuestas a pagar mucho más por este producto. En cuanto a la razón principal que motivó la compra fue para regalar dicha ilustración a parejas sentimentales y/o para familiares y amigos durante algún cumpleaños o durante las Navidades.

Para finalizar con este perfil, el producto encargado fue de estilo realista en formato digital, pero al regalarlo en formato físico se hizo a través de un cuadro.

- **Seguidores de perfiles profesionales de ilustradores digitales:** mujeres estudiantes de entre 18 y 25 años que poseen un perfil social en Instagram, el cual utilizan todos los días durante todo el día, pero sobre todo por las noches. Las razones por las que tienen un perfil social son por motivos de entretenimiento, para estar conectado con amigos y familiares, para estar informado de la actualidad y para obtener inspiración. En cuanto a su comportamiento con perfiles de ilustradores digitales, estas mujeres siguen entre una y dos cuentas de este sector y algunos ejemplos de cuentas son @blancetnoir_cpd, @ladylemonillustration, @laiartt, @miss_littlebig, @aidartist y @girasol_ilustracion. Los motivos por los que siguen estos perfiles son porque les gustan los contenidos publicados, por entretenimiento, porque fomentan la adquisición de ilustraciones digitales y porque les inspira a dibujar. Pasando a las preferencias en cuanto al contenido que prefieren ver en estos perfiles, hemos podido observar que les gusta tanto el formato imagen como el formato vídeo, aunque se decantan más por este último. Además, prefieren ver el vídeo completo mostrando todo el proceso de elaboración de una ilustración, es decir, le gusta el “detrás de cámaras”. También, se decantan por los perfiles que poseen historias destacadas y que tienen fotos del ilustrador, es decir, cuentas profesionales que están humanizadas. En cuanto al formato de las ilustraciones, les gusta aquellas que son a color y aquellas en blanco y negro, las que tienen animales y personas ilustradas, aunque se decantan más por aquellas que tienen personas y, por último, les gusta tanto el estilo realista como el estilo cómic, aunque se inclinan por el formato realista.

Por lo tanto, y como conclusión, tras la investigación de la mejores estrategias de marketing para emprender en Instagram, el conocimiento el tipo de usuario que se encuentra en esta red social y lo que éste espera ver en la plataforma, en cuanto a diseñadores digitales, y la investigación del tipo de cliente habitual de las ilustraciones digitales y sus necesidades y deseos, será más factible el desarrollo, el crecimiento y el impulso de ilustraciones digitales personalizadas en Instagram.

Tras detallar las conclusiones de este presente trabajo, se proponen algunas implicaciones empresariales como continuación de la investigación desarrollada:

- Aunque el perfil de los seguidores y compradores de ilustraciones digitales personalizadas sea mayoritariamente femenino, sería conveniente ampliar el rango masculino para obtener mayor representatividad de la muestra y obtener con ello respuestas más equilibradas.
- También sabemos que el público de las ilustraciones digitales personalizadas se encuentra en el rango de edad de 18 a 40 años. Por esta razón sería muy útil ampliarlo a un público de mayor edad, como por ejemplo de 40 a 60 años, para obtener mayor representatividad. Para ello, una opción sería establecer tiendas físicas para que este tipo de usuarios puedan visualizar los productos de manera tangible, ya que las personas que se encuentran en esta granja de edad no son tan asiduas a las redes sociales ni a comprar por Internet, si lo comparamos con los usuarios de 18 a 40 años.
- Sería interesante ampliar el número de opciones complementarias y/o contrapuestas de la encuesta desarrollada para intentar conocer aún más los gustos y preferencias de los usuarios encuestados. En el cuestionario planteado, se les preguntó a los encuestados si preferían las ilustraciones digitales realistas o con estilo cómic, pues para ampliar la investigación se podrían añadir más estilos artísticos, alguna comparativa de varios ilustradores para ver cuales llaman más la atención, los colores que más impacto tienen, ver si las ilustraciones que contienen mujeres impactan más que las ilustraciones que contienen hombres, etc.

REFERENCIAS

- 40 dé fiebre. (s. f.). ¿Qué es el engagement? *DICCIONARIO DE MARKETING DIGITAL*. <https://www.40defiebre.com/que-es/engagement>
- Abrition. (2018, diciembre 26). 10 Instagram Marketing Strategies Every Brand Needs To Know. *Colección ABI/INFORM - ProQuest*. <https://www.proquest.com/abicomplete/docview/2160584992/90D0FF9CB0034205PQ/1>
- Acebal, A. (2019, octubre 7). Cinco técnicas de ilustración que puedes realizar con una tableta gráfica. *Graficatessen*. <https://graficatessen.es/cinco-tecnicas-de-ilustracion-que-puedes-realizar-con-una-tableta-grafica/>
- Albarrán, A. (2018, enero 10). Ilustración e Instagram: Algunas posibilidades profesionales. *Alberto Albarrán*. <https://www.albertoalbarran.com/2018/01/ilustracion-e-instagram/>
- Arteneo. (2015, abril 8). Definición de ilustración y tipos de ilustraciones. *Arteneo*. <https://www.arteneo.com/blog/definicion-de-ilustracion-y-tipos-de-ilustraciones/>
- Bahí, L. (2020, febrero 28). Estadísticas de Instagram: cómo verlas y aprovecharlas al máximo. *Semrush*. <https://es.semrush.com/blog/estadisticas-de-instagram/>
- Barber, F. (2016, julio 26). Ilustración en el Diseño Gráfico ¿Orígenes y Tipos? *Coco School*. <https://www.cocoschool.com/ilustracion-diseno-grafico/>
- Bunker. (2021). Ilustraciones personalizadas para diseño web. *Neobunker*. <https://neobunker.com/ilustraciones-personalizadas-para-diseno-web/>
- Cappa, C. (2018, abril 18). Michael Noll. *IDIS*. <https://proyectoidis.org/michael-noll/>
- Carrasquilla, V. (2020, junio 14). Sorteos en Instagram para ganar seguidores: ¿Sí o no? *anesa Carrasquilla, Comunicación & Storytelling*. https://vanescarrasquilla.com/sorteos-en-instagram-para-ganar-seguidores/#Son_o_no_son_una_buena_opcion_los_sorteos_en_Instagram_para_ganar_seguidores
- Castelan, J. (2021, agosto 11). + 25 tipos de ilustraciones que debes conocer para tener el mejor portafolio. *Crehana*. <https://www.crehana.com/mx/blog/ilustracion-digital/20-tipos-de-ilustraciones/>
- Collins, N. (s. f.). *Ilustración: historia, tipos, características*. Gallerix. <https://es.gallerix.ru/pedia/illustration/>

- Cool Tabs. (2021, julio 13). KPIs en Instagram clave para conocer el éxito de tu marca. *Cool Tabs*. https://blog.cool-tabs.com/kpis-en-instagram/#3_KPIs_en_Instagram_basicos
- Cosmos Digital Art. (s. f.). Los 20 Mejores Programas Para Dibujar y Diseñar En El Ordenador (2D, 3D, Vectoriales, Programas Gratis y de Pago). *Cosmos Digital Art*. <https://acortar.link/I9FaT4>
- Criscuolo, I. (2020, junio 4). ¿Cómo nació la ilustración digital? *Domestika*. <https://www.domestika.org/es/blog/3817-como-nacio-la-ilustracion-digital>
- de la Hera, C. (2021, junio 30). Historia de las Redes Sociales: cómo nacieron y cuál fue su evolución. *Marketing4ecommerce*. <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/>
- Decker, A. (2021). Instagram Marketing: The Ultimate Guide. *HubSpot*. <https://www.hubspot.com/instagram-marketing>
- Derteano, G. (2017, febrero 22). 6 pasos para crear un plan de marketing de contenidos. *Impulse*. <https://blog.impulse.pe/6-pasos-para-crear-un-plan-de-marketing-de-contenidos>
- Díaz, N. (2021, abril 16). ¿Cómo elegir los mejores hashtags en Instagram? *Keyweo*. <https://www.keyweo.com/es/mejores-hashtags-instagram/>
- Dibujate. (s. f.). ¡DIBUJATE! Dibujate.com. <https://dibujate.com/collections/frontpage>
- Disoñeando [@disoneando]. (2021, septiembre 24). [Post de Disoñeando] [Post de Instagram]. Ilustración personalizada en Tote Bag, Un bonito regalo para ti o para quien tú quieras!? Instagram. <https://www.instagram.com/p/CUNzIM2swGc/>
- educaweb. (s. f.). *Comisario de un museo/galería de arte*. educaweb. <https://www.educaweb.com/profesion/comisario-museo-galeria-arte-497/>
- El nuevo logo de Instagram. (2017). *Haz Historia*. <https://www.hazhistoria.net/blog/el-nuevo-logo-de-instagram>
- Elisava. (2021, septiembre 1). ¿Qué es la ilustración digital y qué salidas profesionales tiene? *Elisava*. <https://www.elisava.net/es/noticias/que-es-la-ilustracion-digital>
- Estadísticas de video marketing. Datos del éxito del video personalizado. (2021, julio). *1 to 1 video*. https://www.1to1video.com/es/estadisticas-de-video-marketing_6821
- Estefanía [@galarte.ilust]. (2021). [Perfil de Instagram de Estefanía] [Perfil de Instagram]. GALARTE | ILUSTRACIONES. Instagram. <https://www.instagram.com/galarte.ilust/>

- Expansión. (2019, diciembre 18). 13 tendencias en redes sociales que harán triunfar a las marcas en 2020. *CE Noticias Financieras*.
<https://www.proquest.com/abicomplete/docview/2328589352/95BCDF987CD848E0PQ/17>
- Galeano, S. (2021, enero 29). Cuáles son las redes sociales con más usuarios del mundo (2021). *Marketing4ecommerce*. <https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-con-mas-usuarios-mundo-ranking/>
- García Redondo, M. (2009). Ilustración digital (G. de E. Ministerio de Educación (ed.); 1a). <https://acortar.link/oyLVW2>
- Gil, C. (2021, octubre 6). Historia de Instagram, la app que revolucionó la forma de compartir fotos online. *Marketing4ecommerce*.
<https://marketing4ecommerce.net/historia-de-instagram-app/>
- Grande, P. (2022). *Ilustración a color personalizada*. Miss. Little Big.
<https://misslittlebig.com/producto/ilustracion-a-color-personalizada/>
- Hootsuite, We Are Social. (2021). *Spain Report*. Hootsuite.
<https://www.hootsuite.com/es/pages/digital-trends-2021>
- Ilka Perea. (2020, agosto 17). Mapa de bits vs. Vectores: ¿Cuál es Mejor para el Diseño Gráfico? *Ilka Perea*. <https://ilkaperea.com/es/2020/08/17/mapa-de-bits-vs-vectores/>
- Imaginaran. (s. f.). *Ilustraciones Personalizadas*. IMAGINARAN, Estudio Creativo.
<https://www.imaginaran.com/servicios/ilustraciones-personalizadas/>
- Inizio. (s. f.). *Ilustraciones personalizadas digitales*. Inizio Comunicación.
<https://www.iniziocomunicacion.com/disenio-grafico/ilustraciones-personalizadas/>
- Inspiration Grid Team. (2018, agosto 20). Mixed-Media Illustrations by Tomasz Mro. *Inspiration Grid*. <https://theinspirationgrid.com/illustrations-by-tomasz-mro/>
- Instagram. (2021). *Funciones de Instagram | Descubre nuevas funciones de las historias, las compras y mucho más*. Instagram | Funciones.
<https://about.instagram.com/es-la/features>
- La Nube Artística. (s. f.). 1. LA ILUSTRACIÓN - 1.1. Breve historia de la ilustración. La Nube Artística.
https://www.lanubeartistica.es/dibujo_artistico_2/unidad6/DA2_U6_T1_v01/11_breve_historia_de_la_ilustracin.html
- Lady Matshen. (s. f.). *Lady Matshen*. Lady Matshen. <https://ladymatshen.bigcartel.com/>

- Lario, M. (2016, febrero 4). NARRACIÓN VISUAL: La ilustración como otra forma de escritura. *Marian Lario*. <http://www.marianlario.com/blog/narracion-visual-la-ilustracion-como-otra-forma-de-escritura-n26>
- Leblanc, S. (2020). Cuáles son los Tipos de Ilustración Digital que debes conocer. *mott*. <https://mott.pe/noticias/cuales-son-los-tipos-de-ilustracion-digital-que-debes-conocer/>
- Llasera, J. P. (2020, junio 22). Lettering: Qué es y en qué se diferencia de la caligrafía o tipografía. *Imborrable*. <https://imborrable.com/blog/que-es-el-lettering/>
- Magia en Papel, A. (s. f.). *Ilustración Personalizada*. Magia en Papel. <https://www.pmagiaenpapel.com/product/ilustracion-personalizada/>
- Marqués, P. (s. f.). *Ilustraciones personalizadas*. paloma marqués. <https://palomamarques.es/producto/ilustracion-personalizada>
- Mejía Llano, J. C. (2021, marzo 17). ESTADÍSTICAS DE REDES SOCIALES 2021: USUARIOS DE FACEBOOK, INSTAGRAM, YOUTUBE, LINKEDIN, TWITTER, TIKTOK Y OTROS. *Juan Carlos Mejía*. https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/#2_Usuarios_activos_de_Instagram
- Menéndez, A. (s. f.). Ilustraciones Digitales Personalizadas – amalainta.com. *Ama la tinta*. <http://www.amalainta.com/ilustraciones-digitales-personalizadas/>
- Mohsin, M. (2021, febrero 13). Estadísticas Instagram 2021: 10 datos curiosos de Instagram que no sabías. *Oberlo*. <https://www.oberlo.es/blog/estadisticas-de-instagram>
- Mon, S. (s. f.). Devenez un concept artist pour les films d'Hollywood. *Art Rocket*. <https://www.clipstudio.net/comment-dessiner/archives/154571>
- Morales, P. (2021, marzo 10). Instagram, las cifras imprescindibles para el 2021. *digimind*. <https://blog.digimind.com/es/insight-driven-marketing/instagram-cifras-imprescindibles-2021>
- Mundo Personalizado. (2015, junio 10). Importancia productos personalizados. *Mundo Personalizado*. <http://www.mundopersonalizado.es/2015/06/10/importancia-productos-personalizados/>
- Muñoz, D. (2016, julio 1). DIFERENTES TIPOS DE ILUSTRACIÓN DIGITAL Y CARACTERÍSTICAS. *slideshare*. <https://es.slideshare.net/DannyMuoz10/diferentes-tipos-de-ilustracin-digital-y-caractersticas>

- Newberry, C., y Enriquez, G. (2021, octubre 7). 48 estadísticas de Instagram relevantes para todo experto en marketing digital. *Hootsuite*.
<https://blog.hootsuite.com/es/lista-completa-de-estadisticas-de-instagram/>
- Núñez, V. (2020, mayo 18). Estadísticas de Instagram: ¿Para qué sirven? *Vilma Núñez*.
https://vilmanunez.com/estadisticas-de-instagram-para-que-sirven/#Interpreta_las_estadisticas_de_Instagram
- Old Skull. (s. f.). El papel de las ilustraciones personalizadas digitales en la publicidad de las marcas. *OLD SKULL*. <https://www.olds skull.net/ilustracion/el-papel-de-las-ilustraciones-personalizadas-digitales-en-la-publicidad-de-las-marcas/>
- Ordenadores y Portátiles. (s. f.). ¿Cómo Funciona un Monitor CRT? *Ordenadores y Portátiles*. <https://www.ordenadores-y-portatiles.com/monitor-crt/>
- Packwood, D. (2014). *Painting - Hyper-realism Digital*. Behance.
<https://www.behance.net/gallery/21356867/Painting-Hyper-realism-Digital>
- Peñalba Diez, C. [@blancetnoir_cpd]. (2020, noviembre 22). [Post de Celia Peñalba Diez] [Post de Instagram]. Este dibujo es muy especial para mí. Son mis abuelos cuando eran jóvenes y en estos tiempos tan difíciles he querido hacerles algo muy especial. Creo que el cojín ha quedado chulísimo. ¿A ti qué te parece? Instagram.
https://www.instagram.com/p/CH5vJDyh-LB/?utm_source=ig_web_copy_link
- Pérez, A. (2019, mayo 6). ¿Qué es la ilustración digital y para que sirve? *ESDESIGN*.
<https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/ilustracion/que-es-la-ilustracion-digital-y-para-que-sirve>
- Preceden. (s. f.). HISTORIA DE LAS REDES SOCIALES. *Preceden*.
<https://www.preceden.com/timelines/748091-historia-de-las-redes-sociales>
- Productor Pro. (s. f.). ¿Qué es la ilustración digital? Productor PRO.
<https://www.productor.pro/que-es-la-ilustracion-digital/>
- Proforma Graphic Services. (2020, febrero 29). Proforma Graphic Services: 3 Easy Instagram Marketing Strategies to Grow Your Brand. *Proquest*.
<https://www.proquest.com/abicomplete/docview/2366515342/fulltext/A83C45DF5E344F83PQ/1?accountid=17214>
- PuroMarketing. (s. f. a). ¿Qué es el Marketing? *PuroMarketing*.
<https://www.puromarketing.com/pagina/marketing>
- PuroMarketing. (s. f. b). Definición de Lead. *PuroMarketing*.
<https://www.puromarketing.com/diccionario-marketing/definicion/lead>

- RAE. (2021). *ilustración / Definición / Diccionario de la lengua española*. Real Academia Española [RAE]. <https://dle.rae.es/ilustración>
- Ramos, J. (2013). *Instagram para empresas*.
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=SveBCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=marketing+en+instagram&ots=TAO6N1mD1U&sig=Sy97JUEgSkbU1C>
- Raquel García Sáenz [@art_by_raquelgarcia.s]. (2022, enero 6). [Post de Raquel García Sáenz] [Post de Instagram]. PROMOCIÓN ENERO ¡10% DE DESCUENTO EN TODAS LAS ILUSTRACIONES PERSONALIZADAS A PARTIR DE FOTO! Instagram. https://www.instagram.com/p/CYZCQ-AKxdj/?utm_source=ig_web_copy_link
- Regalo Original. (s. f.). *Ilustraciones personalizadas*. Regalo original
<https://www.regalooriginal.com/regalos-ilustraciones.html>
- Roa, M. M. (2021a, febrero 1). La adicción a las redes sociales en el mundo. *Statista*.
<https://es.statista.com/grafico/18988/tiempo-medio-diario-de-conexion-a-una-red-social/>
- Rocamora, J. (2021, diciembre 2). Cómo crear una gran estrategia de hashtags en Instagram. *Marketing4ecommerce*. <https://marketing4ecommerce.net/como-crear-una-gran-estrategia-de-hashtags-en-instagram/>
- Rodríguez de Luis, E. (2020, septiembre 16). Qué tableta digitalizadora comprar: recomendaciones para elegir tu modelo ideal y once tabletas desde 50 euros. *Xataka*. <https://www.xataka.com/seleccion/que-tableta-digitalizadora-comprar-recomendaciones-para-elegir-tu-modelo-ideal-siete-tabletas-50-euros>
- Rodríguez, H. (2021, septiembre 30). Programa para ilustrar: Conoce 16 softwares para ilustraciones de ensueño. *Crehana*. <https://www.crehana.com/es/blog/disenografico/descubre-el-programa-perfecto-de-ilustracion/>
- Rojas, A. (s. f.). *Blurone. Ilustración vectorial de base geométrica*. Pinterest.
<https://www.pinterest.es/pin/290974825922894205/>
- Rubio, M. C., y Huertas, P. L. (2017). Marketing de Influencia en Instagram. *Universidad de Sevilla*, Grado en Marketing e Investigación de mercados, 25-26.
https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/65916/Marketing_de_influencia_en_instagram.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Salcedo, A. (2013, octubre 1). Ilustración Digital. *slideshare*.
<https://es.slideshare.net/andreasalcedo79230/ilustracin-digital-26746101>
- Shum, Y. M. (2021, febrero 7). Resumen de Instagram 2021: 1.221 millones de usuarios activos. *Yi Min Shum Xie*. <https://yiminshum.com/instagram-2021-digital/>

- Siamgodh. (s. f.). *30 Tipos de Ilustraciones ¿que tipo de ilustrador eres?* Siamgodh. <https://www.siamgodh.com/tips/tipos-de-ilustraciones/#>
- Sofía [@digitalart_bysofia]. (2021, agosto 3). *[Post de Sofía]* [Post de Instagram]. Porque regalar una ilustración personalizada? Pasa de una simple foto a un recuerdo de una manera original y creativa ✨. Instagram. https://www.instagram.com/reel/CSH39PslVUn/?utm_source=ig_web_copy_link
- Sofía [@digitalart_bysofia]. (2022, enero 21). *Ilustraciones Personalizadas.* [Perfil de Sofía] [Perfil de Instagram]. Instagram. https://www.instagram.com/digitalart_bysofia/?hl=es
- Sordo, A. I. (2021, octubre 13). Manual de estrategias de marketing: definición, tipos y ejemplos. *HubSpot*. <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-marketing>
- Statista. (2021b). *Número de usuarios activos mensuales de Instagram de febrero de 2013 a junio de 2018 (en millones)*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/598856/numero-de-usuarios-activos-mensuales-de-instagram-en-septiembre-de/>
- Sublimedia. (2021). 5 tips para que tus Reels de Instagram sean todo un éxito. *Sublimedia*. <https://sublimedia.es/blog/marketing-digital/consejos-reels-instagram-exito/>
- Sweetills, S. (s. f.). *Ilustraciones Personalizadas*. Sweetills. <https://sweetills.com/>
- tresvertices. (s. f.). ¿Qué es el feed de Instagram? *Mejora tu feed de Instagram*. <https://tresvertices.com/feed-instagram/>
- Troughton-Smith, S. (2019, febrero 5). *Previous is the only emulator I know of that can run Adobe Illustrator on NEXTSTEP. ("You mean was a Cocoa version all along?")* [Tweet]. *Twitter*. <https://twitter.com/stroughtonsmith/status/1092857588511899648>
- Vázquez, L. (2021). *Encargo LainArt personalizado retrato de pareja regalos*. Etsy España. <https://acortar.link/UdA3pM>
- Vázquez, L. [@laiaart]. (2022, enero). Encargo de pareja personalizado regalo San Valentín retrato. *Etsy España*. <https://acortar.link/vIfMUY>
- xcolme. (2019, mayo 15). ¿Qué es la Ilustración digital? Herramientas y técnicas. *xcolme*. <https://xcolme.es/ilustracion-digital/>

ANEXOS

ANEXO I. NETNOGRAFÍA

POST	PIE DE FOTO	ENLACE	Nº	COMENTARIO	TIPO DE CUENTA
@taniaiglesias.art					
	<p>✦ Retrato personalizado ✦</p> <p>¡Feliz martes! Hoy os enseño otro encargo de estas Navidades. Desliza para ver más detalles ♥</p> <p>Gracias por ayudarme a cumplir sueños!! Y seguir haciendo esto posible!!</p> <p>Mil gracias @cesarquiros20 por apoyar mi trabajo!</p> <p>¿Qué os parece el resultado? ♥</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CYmOxF7sIZe/?utm_source=ig_web_copy_link</p>	1	ballesterjurado Que bonito Tania 😊😊😊 Es muy original. Me encanta!!!! 🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌	Particular
			2	blancetnoir_cpd Impresionante trabajo 😊😊❤️❤️	Ilustradora digital
			3	sivan_farage Beautiful sketches	Ilustradora digital/tradicional
			4	doshojasrojas Muy original!! 😊😊🙌	Ilustradora digital
			5	barbaramccrory79 Que bonito Tania! 😊😊	Ilustradora tradicional
			6	gaelities_art Que maravilla! 😊😊😊😊😊 a mi se me resiste el digital :(jaja	Ilustradora tradicional
			7	marga.bayona320 🙌🙌🙌🙌🙌🙌	Particular
			8	atelier_d_segni I love this idea! And the result is lovely 😊😊😊	Ilustradora digital
			9	cesarquiros20 Cada vez que lo veo me gusta más jajaja muchas gracias, de verdad 😊😊	Particular
			10	albaagonzalez_ 😊😊😊	Particular
			11	albablascoilustracion Es precioso Tania!!!! Me flipan este tipo de retratos, es brutal 😊💧	Ilustradora tradicional
			12	tamurci Como me gustan estos retratos divididos 😊 te ha quedado súper chulooo	Ilustradora tradicional
	<p>✦ Retrato personalizado ✦</p> <p>No hay cosa que me haga más ilusión, que confieis en mi para un regalo tan especial!! Este retrato me ha robado el corazón!! ♥</p> <p>Gracias por elegirme!!</p> <p>PD: sólo me queda 1 hueco disponible para San Valentín, si estás interesado, hablamos por MD!! 😊</p> <p>¿Qué os parece el resultado de este retrato? ♥</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY376giM7dQ/?utm_source=ig_web_copy_link</p>	1	aidartist Monísimo 😊😊😊	Ilustradora digital/tradicional
			2	_cris.a.g Ay porfavor que adorable 😊😊😊 te ha quedado preciosoooo!❤️	Ilustradora digital/tradicional
			3	mywonderfulreadings Qué fantasía 😊😊😊	Lectora perfil profesional
			4	blancetnoir_cpd El resultado es tremendamente adorable 😊😊😊😊😊	Ilustradora digital
			5	ballesterjurado Ohhhhh que preciosidad!!!! Cuanta dulzura!!! 😊😊😊😊😊🙌🙌🙌🙌🙌🙌	Particular
			6	gaelities_art Ay que bonito 😊😊😊	Ilustradora tradicional
			7	evamarie.singer Wow! Amazing work, the skin looks incredible 😊🙌	Ilustradora tradicional
			8	barbaramccrory79 Que preciosidad Tania!❤️	Ilustradora tradicional
			9	doshojasrojas Qué linda!	Ilustradora digital
			10	lorenacerratog Me encanta.. bueno nos encanta a todos 😊😊😊 es precioso un regalo para toda la vida❤️	Particular
			11	mihaela.caraus 😊😊😊😊	Particular
			12	lapizk.decolor Que cosita más mona por favor, te ha quedado genial Taniaaa!! 😊	Ilustradora tradicional



✦ Retrato personalizado ✦

¡Feliz martes! Me llena de una ilusión inmensa veros regalar arte. Solo tengo palabras de agradecimiento. Es un honor poder plasmar en papel vuestros mejores momentos



Gracias por elegirme @nazasd7 !! Espero que os decore algún rinconcito durante muchos años!! ♥

PD: Este jueves os publico un dibujito que me hace especial ilusión!! Se sale de lo que estáis habituados a ver en mi perfil, pero espero que os guste mucho!! Os adelanto que tiene que ver con una princesa #disney!!

¿Qué os parece el resultado de este retrato? ♥

<https://www.instagram.com/p/CZJ9beYs5NE/>



✦ Bella ✦

Hoy os presento a Bella, sé que no tiene nada que ver con lo que habitualmente estáis acostumbrados a ver en mi perfil, pero me apetecía mucho salir de mi zona de confort y versionar a esta maravillosa princesa Disney



Si deslizas puedes ver algunas de mis cositas con este nuevo diseño. Disculpad la marca de agua, pero estoy cansada de apropiaciones indebidas (en las láminas, marcapáginas y libretas no aparece la marca de agua, desliza para ver)

Gracias infinitas a todos los que seguís por aquí apoyándome y a las nuevas incorporaciones! Sois todo amor! ♥

¿Qué te parece el resultado final? ¿Algún fan de bella por aquí?

<https://www.instagram.com/p/CZP4KNSMBbX/>

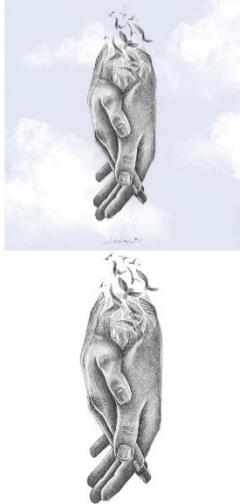
1	aidartist Monísimo 😊😊😊	Ilustradora digital/tradicional
2	_cris.a.g Ay porfavor que adorable 😊😊😊 te ha quedado precioso!!❤️	Ilustradora digital/tradicional
3	mywonderfulreadings Qué fantasía 😊😊😊	Lectora perfil profesional
4	blancetnoir_cpd El resultado es tremendamente adorable 😊😊😊😊	Ilustradora digital
5	ballesterjurado Ohhhhh que preciosidad!!!! Cuanta dulzura!!! 😊😊😊😊😊😊😊😊😊😊	Particular
6	gaelities_art Ay que bonito 😊😊😊	Ilustradora tradicional
7	evamarie.singer Wow! Amazing work, the skin looks incredible 😊😊	Ilustradora tradicional
8	barbaramccrory79 Que preciosidad Tania!❤️	Ilustradora tradicional
9	doshojasrojass Qué linda!	Ilustradora digital
10	lorenacerratog Me encanta.. bueno nos encanta a todos 😊😊😊 es precioso un regalo para toda la vida❤️	Particular
11	mihaela.caraus 😊😊😊😊	Particular
12	lapizk.decolor Que cosita más mona por favor, te ha quedado genial Taniaaa!! 😊	Ilustradora tradicional
1	nedodele Ay me flipa, es precioso 😊😊	Ilustradora digital
2	carolamarin.art QUE PRECIOSIDAD TANIA 😊😊😊😊😊😊😊😊😊😊 Me ha enamorado 😊	Ilustradora digital
3	atelier_d_segni Oh this is soooooo nice 😊😊😊	Ilustradora digital
4	ladylemonillustration Pero que cucada dios mio 😊 me encantaaaa, ojalá hagas más porque te ha quedado monísima tía ❤️	Ilustradora digital
5	mense_art Que bonita! Era mi princesa favorita 😊	Ilustradora digital/tradicional
6	imtrazos Tu trabajo es espectacular !!! 😊	Ilustradora tradicional
7	evamarie.singer She looks gorgeous ❤️	Ilustradora tradicional
8	tamurci Ooooo que bonita amor😊 con ganas de ver más maravillas Disney cómo está 😊	Ilustradora tradicional
9	rombajudithromero Qué bonito!!!!	Escritora perfil profesional
10	elrincondejulieta Oh que bonita es tu bella❤❤ me encanta Tania 😊😊	Bisutería artesanal perfil profesional
11	yaii_books25 ME ENCANTAAAA 😊😊😊😊	Lectora perfil profesional
12	dejamequetelea Ohhh es monísima 😊	Lectora perfil profesional
13	barbaramccrory79 Ohhh que bonito ❤️😊	Ilustradora tradicional
14	veronicamiota Es monísima 😊	Ilustradora digital
15	dibusyletters Es preciosa Tania ❤️	Ilustradora tradicional



PD: He subido el diseño al link de mi perfil!! si quieres alguna lámina, marcapáginas o libreta también podemos hablar por MD ♥

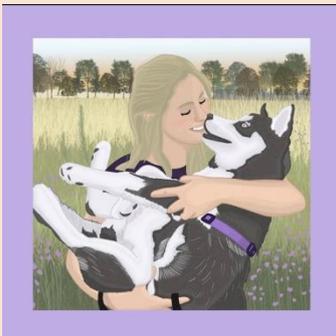
16	noemisierrabooks Te ha kedado genial 😊	Lectora perfil profesional
17	librosigualamagia Que preciosidad 😊😊😊😊	Lectora perfil profesional
18	blancetnoir_cpd Ay dioss me encanta muchísimo 😊😊😊😊❤️❤️ tiene que hacer más versiones con este estilo	Ilustradora digital
19	kaoticoH Muy chula 😊	Particular
20	nieveshormigo Qué Preciosa!! Me encanta ❤️❤️	Particular
21	ballesterjurado Es preciosa tu versión. Me encantaaaaa!!!! 😊😊😊😊👉👉👉👉	Particular
22	gaelities_art Ay que cukiiiiii 😊😊😊😊😊😊	Ilustradora tradicional
23	llamazingart Me encanta me encanta ❤️❤️❤️	Ilustradora tradicional
24	somiaiglesias1996 Me encanta!! 😊😊	Particular
25	mihaela.caraus 😊😊😊😊😊😊	Particular
40 Hay un total de 40 comentarios	...

POST	PIE DE FOTO	ENLACE	Nº	COMENTARIO	TIPO DE CUENTA
@laiartt					
	<p>🎁 ✨ Gracias Gracias por confiar en mi trabajo en fechas tan especiales como estas. Estoy muy agradecida por los pedidos que me habeis hecho estas Navidades y me llena de ilusión veros regalar arte ❤️</p> <p>Me gustaría mucho poder ver como han quedado emmarcados vuestros recuerdos. Enviadme vuestras fotos para que pueda compartirlas por stories 🌸</p> <p>Encargo en estilo Realista de @miikaa24_</p>	https://www.instagram.com/p/CYZcjrNLfHS/	1	bilsdesigns Me encanta!! ❤️❤️	Ilustradora digital
			2	miikaa24_ Eres increfble Laia ✨	Particular
<p>Vídeo (reel)</p>	<p>¿Como sombrear pelo? 🙌</p> <p>Si has acabado a aquí, es porque quieres o necesitas dibujar pelo, así que déjame ponértelo un poquito más fácil. En este vídeo te doy algunos tips para aprender sombrear pelo realista.</p> <p>+ EXTRA: Es importante que respetséis el blanco del papel para conseguir un brillo más limpio ✨</p> <p>Espero que os guste mucho el vídeo y os sirva de ayuda para hacer vuestras versiones, que ganas de verlas!!</p> <p>Ahora te toca a tí ❤️</p>	https://www.instagram.com/reel/CYrEKItI5x4/?utm_source=ig_web_copy_link	1	almxdena ¡Pero que súper tutorial!	Ilustradora digital
			2	l3marcllivina Suuper bien explicado!! 🙌	Ilustrador tradicional / Particular
			3	mariethamilton ¡Adoro tu trabajo! 😊	Particular
			4	dorlyjackson Que buen tutorial!	Ilustradora tradicional
			5	alexander96sa 😊😊😊😊😊😊😊😊😊😊😊😊😊😊😊😊	Particular
			6	eriblaanco ya quiero intentar, que cool idea, gracias, gracias. <3	Particular
			7	guillecabrera23 😊😊	Particular
			8	ainaflores.art Es que ets increible de veritat 😊	Ilustradora digital / tradicional

	<p>Último día para conseguir la plantilla descargable GRATIS ✦</p> <p>La semana pasada sacamos esta plantilla descargable para que pudierais practicar pelo y hacer vuestra versión.</p> <p>La semana que viene, viernes 28/01 voy a hacer la selección de las 10 versiones que más me gusten, y más me llamen la atención. Si ya has terminado la tuya, envíame una foto a mi correo electrónico laia.artt@gmail.com para que pueda hacer verla 🌸</p> <p>Gracias por la gran acogida ❤️</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY6knvvtVI3/</p>	<p>1</p>	<p>dorlyjackson Fue una muy buena actividad</p>	<p>Ilustradora tradicional</p>
	<p>Versión a color 🌈</p> <p>A veces no me quedo satisfecha con algunas obras y decido añadirle color a digital para darles una segunda vida.</p> <p>¿Que os parece esta última versión? Me recuerda mucho al print de 'Libera tu arte', ¡pienso que quedarían genial colgadas ambas en la pared!</p> <p>Deslizando encontraréis la versión original de esta primera obra "Como si fuera la última vez" y a continuación la obra "Libera tu arte" 🌸</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CZRviF-LJxk/</p>	<p>1</p>	<p>rome.illustration ❤️❤️❤️</p>	<p>Ilustradora digital</p>
	<p>pequeño recopilatorio de las fotos que he hecho hoy durante el día ✦ espero que tengáis un buen fin de semana y estéis aprovechando para descansar, que es muy importante también!!</p>		<p>1</p>	<p>beige_gamez ❤️</p>	<p>Ilustradora digital / tradicional</p>
			<p>2</p>	<p>guillecabrera23 Guapissima ❤️</p>	<p>Particular</p>
			<p>3</p>	<p>lavidademarichan Feliz finde de lo poquito que nos queda 🤝❤️</p>	<p>Ilustradora digital</p>
			<p>4</p>	<p>marta_parejo_arts Que buenas vistas! Me alegro de ver qué te lo pasas bien fuera del dibujo. 🤝🤝</p>	<p>Ilustradora tradicional</p>
			<p>5</p>	<p>dorlyjackson La foto 9 esta hermosa</p>	<p>Ilustradora tradicional</p>

POST	PIE DE FOTO	ENLACE	Nº	COMENTARIO	TIPO DE CUENTA
@olguerdesign					
	<p>¿Qué tal vuestro comienzo de año?</p> <p>Yo he aprovechado para descansar y organizarme un poco el mes 🌸</p>		<p>1</p>	<p>conniekes_academy Cuantos detalles!!!! Que currado 🤝</p>	<p>Enseñanza de inglés, cuenta profesional</p>

	<p>Espero que hayáis podido estar acompañados hoy, que parece poca cosa, pero ahora mismo lo es todo 🍷</p> <p>Feliz año 2022 amiguitos 🍷</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CYMI17isnpj/</p>	<p>2</p>	<p>kamemau Que espectacular! Todos los detalles y las sombras.</p>	<p>Ilustrador digital</p>
	<p>Fondos coloridos 🍷🍷 Gracias @albamorollonvila por la confianza 🍷 Está abierta desde ya la agenda para San Valentín, los plazos de entrega vuelven a la normalidad hasta que se llene la agenda (entrega de 3-5 días hábiles en digital) ⚡</p> <p>Me sabría fatal decir que no por no llegar a tiempo , así que ya sabéis... DM o accede directamente al enlace de mi biografía para hacer el pedido</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CYcIVNvq9Fc/</p>	<p>1</p>	<p>albamorollonvila Gracias a ti por el trabajazo 😊 a la cumpleañera le encantó el regalo</p>	<p>Particular</p>
	<p>Hoy se estrena la segunda temporada de Euphoria 🍷</p> <p>Un buen drama bien cargado de jarana, adolescencia, salud mental, sexo, drogas y otros muchos temas sociales. He salido mucho de mi zona de confort con este dibujo rápido de domingo por la tarde. Bien de brilli brilli por supuesto 🍷</p> <p>¿Vosotros la habéis visto? ¡Contadme! 🍷</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CYhNpWnsad7/</p>	<p>1</p>	<p>blacklion2628 Dm us @the_art.house_ 🍷</p>	<p>Spam</p>
	<p>Si estás pensando en regalar arte por San Valentín, ¡no esperes más! 🍷 Tengo ya la agenda abierta para coger pedidos así que si quieres tener tu hueco, envíame un DM 🍷</p> <ul style="list-style-type: none"> ⚡ Es super fácil hacer el pedido ⚡ Quedas como un/a rey/reina con un regalo personalizado y hecho solo para ti ⚡ Apoyas el talento local <p>Cientas como @jimeollo13 hacen que me enamore cada día de mi trabajo 🍷</p> <p>Gracias por la confianza y por la amabilidad 🍷</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CYj5CPpo7XB/</p>	<p>1</p>	<p>jimeollo13 Menudo descubrimiento 😊 un millón de gracias 🍷🍷🍷</p>	<p>Particular</p>
	<p>Tienen ese punto entre romántico, melancólico y existencialista que vamos, no me puede ir más como anillo al dedo 🍷 Yo siempre intento recordar cada detalle del cielo y me digo a mi misma que cuando esté triste me acordaré de ese precioso atardecer. Spoiler: luego nunca pasa 🍷</p> <p>¿Vosotros qué sentimientos tenéis cuando miráis el atardecer? 🍷</p> <p>Gracias @sariiac por la confianza 🍷🍷🍷</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CYmFLdLIJcz/</p>	<p>1 2 3 4</p>	<p>sariiac Gracias a tii, artista 😊🍷</p> <p>art_vistov DM it @vission.arts 3M+</p> <p>stc_sv2 Love it dm 🍷 @art_colle.ction</p> <p>officials.jackson1 Promote on @etsy_market</p>	<p>Particular Spam Spam</p>
			<p>5</p>	<p>butlar3_0015 Send pic on @supportwomenbusiness</p>	<p>Spam</p>

	<p>¿Habéis estado en Egipto? 🇪🇬 Yo no pero woowoo, alucino mucho con las fotos y con toda la cultura que tiene que haber allí. 😍 Sin embargo, aunque obviamente quiero ir, tengo otros destinos en la lista de pendientes que están por encima: Filipinas, Japón, Albania, DISNEYLAND PARIS entre ellos 🤔🤔🤔🤔</p> <p>Muchísimas gracias @ivanmonzo22 por pensar en mi para este regalo para @lauracrespo20 y por dejarme ilustrar esta foto tan bonita 🙏🙏</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CYpCDOAoaWY/</p>	<p>1</p>	<p>aidartist Necesito ir 🙏 Me encanta 😍😍😍</p>	<p>Ilustradora digital / tradicional</p>
	<p>Una de las ilustraciones más tiernas que hay hasta ahora en mi perfil ¿no os parece? 🙏</p> <p>Cuando @12_isa me dio a elegir entre varias fotos, no lo dudé ni un segundo y es que con una foto tan preciosa como esa todo es mucho más fácil 🥰</p> <p>Gracias de nuevo Isa, que confiéis en mi más de una vez me hace realmente feliz 🥰</p> <p>Si tú también quieres una, DM o diiiiirecto al enlace de la bio ⚡ Resolveré cualquier duda encantada 🙏</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CYrnp1UITbt/</p>	<p>1</p>	<p>ellaesmandy Preciosa 😍😍</p>	<p>Ilustradora digital</p>
	<p>Vaya parejaza de guapos 🌟🔥</p> <p>Gracias @gemm.oa por confiar en mi para un regalo especial 🌟</p> <p>¿Cómo va ese domingo? Yo creo que es el momento perfecto para pensar qué le vas a regalar a tu pareja para San Valentín... Te lo pongo fácil, en un par de clicks puedes tener una ilustración con tu amorsito como esta 🙏 DM y hablamos!</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CYzU14hle5S/</p>	<p>1</p>	<p>gemm.oa Muchas gracias bonita! 😍</p>	<p>Particular</p>
	<p>El otro día era Egipto... ¡Hoy toca París! 🇫🇷</p> <p>¿Cuánto delito es que yo haya estado 4 veces en Londres y 0 en París? 🤔🤔🤔 ¿Algún voluntario para acompañarme en 2022? 🙏</p> <p>Desliza para ver la ilustración más en detalle y para ver la foto original ➡️➡️➡️</p> <p>Gracias @salut.alborch por la confianza ⚡</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY3vwp8odM4/</p>	<p>1</p>	<p>diarailustraciones Uau! 🤩</p>	<p>Ilustradora digital</p>
			<p>2</p>	<p>ancletta Uuuuu me flipa los detalles de la torre 😍</p>	<p>Particular</p>
			<p>3</p>	<p>salut.alborch Suuuuper!!! 🙏</p>	<p>Particular</p>
			<p>4</p>	<p>miss_littlebig Me flipaaaaaaa 😍 4 veces en Londres??? No me gusta nada Londres 🤔 tienes que ir a París por dios! Vas a flipar</p>	<p>Ilustradora digital</p>

	<p>Better together ❤️❤️</p> <p>Gracias @geemmap ★⚡👉</p> <p>Recuerda que la agenda de San Valentín está abierta si quieres encargar una ilustración personalizada. Pregúntame sin compromiso 🍷</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY68zuFq3OL/</p>	<p>0</p>	<p>Esta publicación no tiene comentarios</p>	
	<p>It's the connection we can't explain... 🤔🤔🤔</p> <p>Ilustración personalizada para San Valentín o para cuando tu quieras ❤️ Pregunta sin compromiso</p> <p>Desliza para ver los detalles y la original ➡️➡️➡️</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY80SxUI4IA/</p>	<p>1</p>	<p>conniekes_academy Que foto mas preciosa - y se aprecian todos los detalles !!! 😊</p>	<p>Enseñanza de inglés, cuenta profesional</p>
	<p>El secreto está en dejarlo fluir y que, simplemente, ocurra ❤️</p> <p>¿Cómo va ese domingo? Yo creo que es el momento perfecto para pensar qué le vas a regalar a tu pareja para San Valentín... Te lo pongo fácil, en un par de clicks puedes tener una ilustración con tu amorsito como esta ❤️ DM y hablamos!</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CZF9YHkVlks9/</p>	<p>1</p>	<p>made.withlove.33 Que dulce 😊😊</p>	<p>Ilustradora digital</p>
	<p>¿Cómo de mona es Boo disfrazada de monstruito? 🤩🤩🤩</p> <p>La encuesta de stories era bastante difícil y aún así habéis sido muchos los que lo habéis adivinado! 🤩</p> <p>Me queda claro que mi audiencia es fan de Disney como yoooo 🤩🤩</p> <p>Gracias a todos por participar activamente, me hace muy feliz ver que estáis al otro lado ❤️</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CZJyotpMRt0/</p>	<p>1</p>	<p>mariberart 😊😊😊😊</p>	<p>Ilustradora digital/tradicional</p>
			<p>2</p>	<p>ilusc4 😊😊😊😊😊😊</p>	<p>Ilustradora digital</p>
			<p>3</p>	<p>aarondesign23 😊😊😊😊</p>	<p>Ilustrador digital</p>
			<p>4</p>	<p>ljm_ilustrawo Me encanta! Maravillosa</p>	<p>Ilustradora digital</p>
			<p>5</p>	<p>twenty.bees 😊😊</p>	<p>Accesorios para bebés / cuenta profesional</p>
			<p>6</p>	<p>inesart.06 😊😊😊😊</p>	<p>Ilustradora digital</p>
			<p>7</p>	<p>indiaapachhe Meeeee encaaaaaanta 😊😊😊</p>	<p>Particular</p>
			<p>8</p>	<p>lleida_andrea La mejooooor 😊</p>	<p>Particular</p>
			<p>9</p>	<p>noemi.ilustraciones Me encaaaaaanta</p>	<p>Ilustradora digital</p>
			<p>10</p>	<p>byirenescu No me puede gustar más 😊</p>	<p>Ilustradora digital/tradicional</p>
			<p>11</p>	<p>ilustraciones.creativas Ai me encanta 😊</p>	<p>Ilustradora digital</p>
			<p>12</p>	<p>conniekes_academy Esa ilustración tendrá que llevar el nombre de Olga - de bebé claro. De mujer ... Pocahontas forever</p>	<p>Enseñanza de inglés, cuenta profesional</p>
			<p>13</p>	<p>jotaceperea 😊😊😊</p>	<p>Ilustrador digital</p>
			<p>14</p>	<p>made.withlove.33 😊😊😊😊😊😊</p>	<p>Ilustradora digital</p>

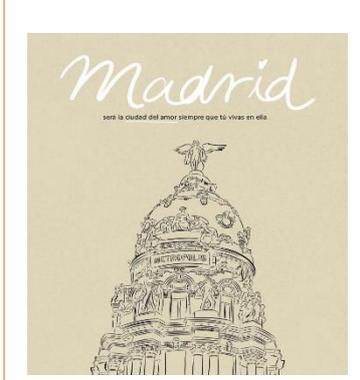
	<p>Darle una nueva apariencia a tus fotos de la infancia también es una posibilidad ✨</p> <p>Esta ilustración fue un regalo entre hermanas, muchísimas gracias por confiar en mí para regalos tan bonitos 🥰</p> <p>Buenas noches hermosos 🐼💛</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CZP0pdYMYPD/</p>	<p>1</p>	<p>llamalearte Pero que bonitas! 🥰🥰</p>	<p>Ilustradora digital</p>
	<p>Feliz lunes ⚡</p> <p>¿Como habéis empezado la semana? Yo con muchas ganas de hacer cosas, acabando objetivos de enero y preparando los de febrero 🥰</p> <p>Esta ilustración me la pidió @auritalocatis. Muchísimas gracias por la confianza 🥰🥰🥰</p> <p>Si tú también quieres una ilustración personalizada, envíame un mensaje sin compromiso o entra directamente en el enlace de mi biografía para hacer el pedido 🥰</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CZZJUMAlh7H/</p>	<p>1</p>	<p>blancetnoir_cpd Ayyy me encanta como te ha quedado 🥰🥰🥰 y yo he empezado la semana a tope 🥰🥰</p>	<p>Ilustradora digital</p>
			2	contrastedecolor_ Qué bonita Olga 🥰🥰🥰	Ilustradora digital
			3	conniekes_academy Estupendo, como siempre 🥰	Enseñanza de inglés, cuenta profesional
			4	diarailustraciones Me encanta!!! 🥰	Ilustradora digital
			5	auritalocatis 🥰🥰	Particular
			6	nhoaia_ Es preciosa!! 🥰🥰 Mi semana a empezado con ganas también!!	Ilustradora digital/tradicional
			7	art.lene 🥰🥰	Ilustradora digital

POST	PIE DE FOTO	ENLACE	Nº	COMENTARIO	TIPO DE CUENTA
------	-------------	--------	----	------------	----------------

@miss_littlebig

	<p>Familia 🥰 7 letras con tanto significado</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CYXhEEkIHqT/?utm_source=ig_web_copy_link</p>	<p>1</p>	<p>marinalafuentee que bonito 🥰🥰</p>	<p>Particular</p>
			2	julialafuentee 🥰🥰🥰🥰	Particular
			3	ines_laff @julialafuentee @marinalafuentee	Particular
			4	ines_laff 🥰🥰	Particular
			5	lildesign.shop Me encanta 🥰🥰	Ilustradora digital
	<p>Abriendo regalos de Reyes 🥰👑</p> <p>📸 @maptiuss</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CYbZmHQoaFt/</p>	<p>0</p>	<p>Esta publicación no tiene comentarios</p>	
	<p>Hoy se ha casado oficialmente mi amiga @calicera_ 🥰 después de bodas en distintas ciudades y países; después de bodas de verano, invierno y entretiempo; después de varios vestidos de novia (y a cada cuál más bonito y especial - como ella-). Hoy es el día REAL 🥰</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CYc</p>	<p>1</p>	<p>lildesign.shop Ohhhh 🥰🥰🥰🥰</p>	<p>Ilustradora digital</p>
			2	calicera_ Ya tenemos marco 🥰🥰🥰🥰🥰 Fotito en cuanto lo cuelgue en mi piso (que ni tengo todavía) en NYC Eres muy muy puta ama Pao eres lo mejor! Disfruta París, guapa!	Particular

	<p>Me alegro tanto por ti! Ahora solo puedo desearte que sigas disfrutando de la vida como lo haces y que seas muy muuuuy felices!!! Congrats 📄💍👰🤵</p> <p>Esta ilustración me la encargó para regalársela a su chico por Navidad y colgarla en su nuevo hogar en USA 🇺🇸</p>	<p>yCi4INhU/</p>	<p>3</p>	<p>calicera_ @miss_littlebig más te vale venir a verme, que siempre tienes hueco en mi casa 😊</p>	<p>Particular</p>
	<p>Enamorada desde el momento en que vi la foto de estos dos perritos 📄💍</p> <p>👉 desliza para ver la ilustración con fondo</p> <p>Gracias por la confianza @rebeccamunro18 📄💍</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1SWQ0sNle/</p>	<p>1</p>	<p>iluscc4 😊💍</p>	<p>Ilustradora digital</p>
	<p>La semana pasada taché #disneylandparis de mi lista de sitios a los que ir 📄💍📍 y aún no lo he superado</p> <p>Hace meses ilustré el famoso castillo gracias al encargo tan bonito que me hizo @nereamartin95 📄💍</p> <p>GRACIAS!</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1UshoBcB/</p>	<p>1</p>	<p>ellaesmandy Me encanta! 😊💍</p>	<p>Ilustradora digital</p>
	<p>Enamorada desde el momento en que vi la foto de estos dos perritos 📄💍</p> <p>👉 desliza para ver la ilustración con fondo</p> <p>Gracias por la confianza @rebeccamunro18 📄💍</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1SWQ0sNle/</p>	<p>2</p>	<p>olguerdesign Me los como qué monooooooooos 😊</p>	<p>Ilustradora digital</p>
	<p>Enamorada desde el momento en que vi la foto de estos dos perritos 📄💍</p> <p>👉 desliza para ver la ilustración con fondo</p> <p>Gracias por la confianza @rebeccamunro18 📄💍</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1SWQ0sNle/</p>	<p>3</p>	<p>aramax_canarias 😊😊😊</p>	<p>Empresa de artículos de hostelería, perfil profesional</p>
	<p>Enamorada desde el momento en que vi la foto de estos dos perritos 📄💍</p> <p>👉 desliza para ver la ilustración con fondo</p> <p>Gracias por la confianza @rebeccamunro18 📄💍</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1SWQ0sNle/</p>	<p>4</p>	<p>bilsdesigns Que preciosidad!! 💍💍</p>	<p>Ilustradora digital</p>
	<p>Enamorada desde el momento en que vi la foto de estos dos perritos 📄💍</p> <p>👉 desliza para ver la ilustración con fondo</p> <p>Gracias por la confianza @rebeccamunro18 📄💍</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1SWQ0sNle/</p>	<p>5</p>	<p>sendajazba Qué lindooooos 😊</p>	<p>Ilustradora digital</p>
	<p>Enamorada desde el momento en que vi la foto de estos dos perritos 📄💍</p> <p>👉 desliza para ver la ilustración con fondo</p> <p>Gracias por la confianza @rebeccamunro18 📄💍</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1SWQ0sNle/</p>	<p>6</p>	<p>noemi.ilustraciones 😊😊😊</p>	<p>Ilustradora digital</p>
	<p>Enamorada desde el momento en que vi la foto de estos dos perritos 📄💍</p> <p>👉 desliza para ver la ilustración con fondo</p> <p>Gracias por la confianza @rebeccamunro18 📄💍</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1SWQ0sNle/</p>	<p>7</p>	<p>lineayletra qué bonitoooooo</p>	<p>Ilustrador digital/tradicional</p>
	<p>Enamorada desde el momento en que vi la foto de estos dos perritos 📄💍</p> <p>👉 desliza para ver la ilustración con fondo</p> <p>Gracias por la confianza @rebeccamunro18 📄💍</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1SWQ0sNle/</p>	<p>8</p>	<p>edurmestudio 💍💍💍</p>	<p>Ilustradora tradicional</p>
	<p>Enamorada desde el momento en que vi la foto de estos dos perritos 📄💍</p> <p>👉 desliza para ver la ilustración con fondo</p> <p>Gracias por la confianza @rebeccamunro18 📄💍</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1SWQ0sNle/</p>	<p>9</p>	<p>rebeccamunro18 Eres una gran profesional, te ganaste mi confianza desde el primer momento! 😊</p>	<p>Particular</p>
	<p>Enamorada desde el momento en que vi la foto de estos dos perritos 📄💍</p> <p>👉 desliza para ver la ilustración con fondo</p> <p>Gracias por la confianza @rebeccamunro18 📄💍</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1SWQ0sNle/</p>	<p>10</p>	<p>estudio.ivory Qué bonitosss !! 😊😊</p>	<p>Ilustradora digital</p>
	<p>Enamorada desde el momento en que vi la foto de estos dos perritos 📄💍</p> <p>👉 desliza para ver la ilustración con fondo</p> <p>Gracias por la confianza @rebeccamunro18 📄💍</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1SWQ0sNle/</p>	<p>11</p>	<p>lildesign.shop aiii que moninosssss</p>	<p>Ilustradora tradicional</p>
	<p>La semana pasada taché #disneylandparis de mi lista de sitios a los que ir 📄💍📍 y aún no lo he superado</p> <p>Hace meses ilustré el famoso castillo gracias al encargo tan bonito que me hizo @nereamartin95 📄💍</p> <p>GRACIAS!</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1UshoBcB/</p>	<p>2</p>	<p>olguerdesign Yo aún lo tengo pendiente 📄💍💍 es presiosa la ilustración 😊</p>	<p>Ilustradora digital</p>
	<p>La semana pasada taché #disneylandparis de mi lista de sitios a los que ir 📄💍📍 y aún no lo he superado</p> <p>Hace meses ilustré el famoso castillo gracias al encargo tan bonito que me hizo @nereamartin95 📄💍</p> <p>GRACIAS!</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1UshoBcB/</p>	<p>3</p>	<p>polisenio Es ultra precioso 💍</p>	<p>Ilustradora digital</p>
	<p>La semana pasada taché #disneylandparis de mi lista de sitios a los que ir 📄💍📍 y aún no lo he superado</p> <p>Hace meses ilustré el famoso castillo gracias al encargo tan bonito que me hizo @nereamartin95 📄💍</p> <p>GRACIAS!</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1UshoBcB/</p>	<p>4</p>	<p>cami_artevedo 😊😊👉👉 un sueño</p>	<p>Ilustradora digital</p>
	<p>La semana pasada taché #disneylandparis de mi lista de sitios a los que ir 📄💍📍 y aún no lo he superado</p> <p>Hace meses ilustré el famoso castillo gracias al encargo tan bonito que me hizo @nereamartin95 📄💍</p> <p>GRACIAS!</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1UshoBcB/</p>	<p>5</p>	<p>iraia.illustration Qué maravilla 😊</p>	<p>Ilustradora digital</p>
	<p>La semana pasada taché #disneylandparis de mi lista de sitios a los que ir 📄💍📍 y aún no lo he superado</p> <p>Hace meses ilustré el famoso castillo gracias al encargo tan bonito que me hizo @nereamartin95 📄💍</p> <p>GRACIAS!</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1UshoBcB/</p>	<p>6</p>	<p>nataliadavilad 😊😊😊</p>	<p>Ilustradora tradicional</p>
	<p>La semana pasada taché #disneylandparis de mi lista de sitios a los que ir 📄💍📍 y aún no lo he superado</p> <p>Hace meses ilustré el famoso castillo gracias al encargo tan bonito que me hizo @nereamartin95 📄💍</p> <p>GRACIAS!</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1UshoBcB/</p>	<p>7</p>	<p>eleefeeme Me encanta!</p>	<p>Ilustradora digital</p>
	<p>La semana pasada taché #disneylandparis de mi lista de sitios a los que ir 📄💍📍 y aún no lo he superado</p> <p>Hace meses ilustré el famoso castillo gracias al encargo tan bonito que me hizo @nereamartin95 📄💍</p> <p>GRACIAS!</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1UshoBcB/</p>	<p>8</p>	<p>bertasarr Maravilla de ilustración 📄💍💍</p>	<p>Particular</p>
	<p>La semana pasada taché #disneylandparis de mi lista de sitios a los que ir 📄💍📍 y aún no lo he superado</p> <p>Hace meses ilustré el famoso castillo gracias al encargo tan bonito que me hizo @nereamartin95 📄💍</p> <p>GRACIAS!</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1UshoBcB/</p>	<p>9</p>	<p>noemi.ilustraciones 😊😊😊😊</p>	<p>Ilustradora digital</p>
	<p>La semana pasada taché #disneylandparis de mi lista de sitios a los que ir 📄💍📍 y aún no lo he superado</p> <p>Hace meses ilustré el famoso castillo gracias al encargo tan bonito que me hizo @nereamartin95 📄💍</p> <p>GRACIAS!</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CY1UshoBcB/</p>	<p>10</p>	<p>glowing.mybaby ¡Me encanta! 😊😊</p>	<p>Ilustradora digital</p>

	<p>Primeros planos y sus detalles ♥</p> <p>Me habéis dicho mil de veces que, de las cosas que más os gustan de mis ilustraciones, es que hago muchos detalles pequeños 🥰 Gracias por fijaros y valorarlo!</p> <p>Ilustración para @roxanagutierrezpsicologia ♥</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CZAU3tmoqgY/</p>	<p>1</p>	<p>olguerdesign Preciosaaaaa ♥</p>	<p>Ilustradora digital</p>
			<p>2</p>	<p>annaromart Precioso 😊</p>	<p>Ilustradora digital</p>
			<p>3</p>	<p>itsjanansv Qué pasada!!! 😊</p>	<p>Ilustradora digital</p>
			<p>4</p>	<p>edurnemartinstudio ♥ Me encanta ♥</p>	<p>Ilustradora tradicional</p>
			<p>5</p>	<p>roxanagutierrezpsicologia Tan Preciosa ♥♥♥♥♥♥♥ MILLONES de gracias PAOO 🥰</p>	<p>Psicóloga, perfil profesional</p>
			<p>6</p>	<p>illustrationkomorebi Te superas!!</p>	<p>Ilustradora digital</p>
			<p>7</p>	<p>losretratosdelu Esos detalles que marcan la diferencia 😊♥ me encanta!!</p>	<p>Ilustradora digital/tradicional</p>
			<p>8</p>	<p>williamdortaentrenamiento 😊😊😊😊</p>	<p>Particular</p>
	<p>♥ Madrid será la ciudad del amor siempre que tú vivas en ella ♥ PD: aprovecho este post para deciros que ya he subido a la web todos los #prints que tengo disponibles!</p> <p>🎨 Entre ellos, éste de #Madrid .</p> <p>Es un regalo bonito para vuestra pareja si os conocisteis en Madrid, ¿verdad?</p> <p>Podéis pedirme que imprima una dedicatoria para que el regalo sea más especial. Y también elegir varios tamaños (A5, A4 o A3) ♥</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CZRbkuIoI/</p>	<p>1</p>	<p>myrrlopez Me muero con la de Miravete 😊♥</p>	<p>Particular</p>
	<p>♥♥ Javi & Patri ♥♥</p> <p>Cuando realizáis vuestro encargo, podéis pedirme que añada una frase, una fecha o vuestros nombres a la ilustración (sin coste adicional) ♥</p> <p>Gracias por la confianza, Carmen ♥♥</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CZUwquQtomso/</p>	<p>1</p>	<p>nhoaia_ Me flipaa 😊😊</p>	<p>Ilustradora digital/tradicional</p>
			<p>2</p>	<p>robertoalbadprod Maravilla 🥰</p>	<p>Ilustrador digital/tradicional</p>
			<p>3</p>	<p>laiartt ¿Pero como lo haces todo tan bonito Pao? 😊</p>	<p>Ilustradora digital/tradicional</p>
	<p>El próximo jueves 3 de febrero abriré por la web la preventa de mi nuevo producto: ♥ totebag "La vida son más cosas" ♥</p> <p>¿Os gusta? Espero que síiiiiii</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CZZjCA9IovJ/</p>	<p>1</p>	<p>olguerdesign Pero cómo no nos va a gustar 😊</p>	<p>Ilustradora digital</p>
			<p>2</p>	<p>martalopez_ Justo el día de mi cumple!!! Autoregalo is coming 😊</p>	<p>Particular</p>
			<p>3</p>	<p>naiara_studio_ Que súper monaaaaahdnskdoejbmxmalañrhv!!!! 🥰♥</p>	<p>Ilustradora tradicional</p>
			<p>4</p>	<p>sintrucos_ 😊😊😊😊 me flipa</p>	<p>Blog personal</p>
			<p>5</p>	<p>turaizpsicologia Me encantaaaaaa 🥰🥰🥰🥰</p>	<p>Psicóloga, perfil profesional</p>
			<p>6</p>	<p>gaelties_art Es súper bonitaaaa 😊😊😊😊</p>	<p>Ilustradora tradicional</p>
			<p>7</p>	<p>sendajazba Me encantaaaaa 🥰</p>	<p>Ilustradora digital</p>
			<p>8</p>	<p>saramalur 😊😊😊😊</p>	<p>Blog personal</p>
			<p>9</p>	<p>fimau.es Activada la campanita ♥♥♥</p>	<p>Ilustradora digital/tradicional</p>



10	artinatotebag 😊😊😊😊😊😊😊😊😊😊	bordados artesanales, cuenta profesional
11	artistacuarentenaria 😊😊😊😊	Ilustradora digital/tradicional
12	tamarita245 Podría dejar de crearme necesidades, más que nada porque soy pobre 😞	Particular
13	pili_pgr Yo quiero!!!!	Particular
14	vpg_ilustraciones Guau es precioso 😊😊	Ilustradora digital
15	bsar.te Es preciosa 😊	Ilustradora digital
16	irehermida_art Preciosaaaa 😊	Ilustradora digital
17	nhoaia_ Es preciosaaaa!! 😊😊	Ilustradora digital/tradicional
18	l.y.l.l.y La quieroooo	Ilustradora digital

ANEXO II. TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTA LAIA VÁZQUEZ

Entrevista con Laia Vázquez

Jueves, 10 de febrero de 2022

C: Celia Peñalba (Entrevistadora)

L: Laia Vázquez (Entrevistada)

CONTACTO MEDIANTE MENSAJE DIRECTO DE INSTAGRAM

Hola Laia, sé que estás a tope con los encargos de San Valentín y con ese gran proyecto que tienes entre manos, pero te hablo porque estoy con mi trabajo de fin de grado (TFG) de Marketing e Investigación de Mercados y me gustaría hacerte una entrevista virtual.

Mi TFG se titula " Ilustraciones digitales personalizadas: análisis de conocimiento y estudio sobre los perfiles motivacionales de los usuarios de Instagram" y me encantaría hablar contigo un ratito sobre tu emprendimiento en Instagram, tu experiencia, tus ilustraciones, etc. ❤️

Si al final tienes disponibilidad para concederme esta entrevista, la podríamos hacer a través del medio que estuvieras más cómoda, ya sea por los MD de Instagram, por correo electrónico, por videollamada, ... lo que sea. Y la entrevistaría serían unos 15 minutos, más o menos.

PD: me adapto a tus horarios y a tu disponibilidad

Muchas gracias de antemano y ¡feliz jueves! ❤️

20 de enero de 2022

C: Buenos días, Laia. Mi nombre es Celia Peñalba y estoy con el desarrollo de mi Trabajo Fin de Grado (TFG).

Como te comenté, mi TFG trata sobre las ilustraciones digitales personalizadas y su emprendimiento en Instagram y, por ello, me ha parecido interesante entrevistarte debido a tus espectaculares ilustraciones, tanto las más creativas como las de por encargo, y por tu gran feedback con la comunidad de Instagram, entre otras cosas.

El objetivo de esta entrevista es conocer tu perspectiva como ilustradora tradicional y digital, en cuanto a crear un negocio en Instagram y conseguir un crecimiento constante.

Toda la información que obtenga será analizada y tratada sólo con fines académicos.

Muchas gracias por tu colaboración y participación en esta entrevista, espero que te resulte entretenida.

L: Muchas gracias a ti por querer entrevistarme y ojalá te pueda ayudar en todo.

C: Para empezar la entrevista, ¿cómo surgió el proyecto “laiaart”?

L: Fue algo super natural, yo te cuento que mi perfil de Instagram lo tengo desde 2016, es decir, desde que tenía 16 años. En ese momento iba a 4º de la ESO y vamos, lo típico, estaba con mis compañeros en clase haciendo plástica y mis amigos siempre me decían “Laia dibujas súper bien, es que tienes que empezar a enseñar lo que haces y es que te puedes dedicar a esto”. Y claro, nosotros inocentes con 16 años, pensamos que sería buena idea y pues bueno me creé una cuenta en Instagram, que además eso estaba de moda, y dije “bueno pues iré subiendo allí mis trabajillos e imagínate a saber dónde llega esto”.

Yo empezaba a subir mis trabajos pero que eran trabajos de “sube una hoja”, pues yo subía una hoja, “dibuja un retrato” y yo subía un retrato, ... Luego fui a Bachillerato Artístico, seguía subiendo mis trabajos y de descripción de Instagram ponía la nota que había obtenido con el trabajo, ponía “un 10”, “un 9”, ... e iba subiendo eso de descripción, o sea, cero profesional.

Entonces cuando fui creciendo y acabé el Bachillerato, me dijo mi pareja “oye Laia te puedes dedicar a esto, puedes sacar dinero de esto, puedes profesionalizar tu arte”. Y dije “pues tienes razón, ¿por qué no lo hacemos?” Fue en ese momento que empecé a poner precios, los amigos de mi padre me empezaron a pedir encargos y fue todo como muy natural, muy progresivo y poquito a poco, ahora hago mis trabajos y luego hago los retratos, la gente me va conociendo, ... Así que todo muy como muy natural, básicamente, como sin querer.

C: ¿Cuál era el perfil de seguidores que tenías al inicio de tu proyecto? Es decir, en cuanto a la edad, localización geográfica, sexo, etc.

L: Pues al principio me seguían mis amigos, mis profesores, mis familia y los amigos de mi familia, básicamente. Ah y además la gente que rescate de mi perfil personal pero claro eran como conocidos de mi ciudad, pero muy lejanos.

C: ¿Y cuál es el perfil de seguidores que tienes ahora?

L: Me sigue bastante gente de México, Argentina, Perú y luego España, aunque bueno no sé si me sigue más gente de México o de España porque como ahora me metido en TikTok, y ahí hay mucha gente de Latinoamérica, he conseguido muchos seguidores de allí. En cuanto al sexo, me sigan más mujeres que hombres, el porcentaje de mujeres supera con creces al de los hombres. Y en cuanto a la edad me sigue sobre todo gente jovencita, tengo como dos grupos: tengo a la gente que me hace encargos, que son los más compradores, y diría que están entre los 20 y los 35 años. Luego tengo un sector como más chiquitito, como de niñas más pequeñas, que es como que me ven dibujando y me dicen “quiero dibujar como tú, quiero ser como tú, eres mi ídolo”. Entonces aunque este grupo sea más pequeño, representa a un grupo muy importante entre mis seguidores. Y este último grupo están entre los 12 y los 17 años.

C: ¿Cuál es el tipo de cliente que más encargos te pide? Qué bueno, más o menos ya me lo has dicho antes, ¿no?

L: Sí, este grupo estaría entre los 20 y 35 años porque supongo que estos son los que más manejan las redes sociales, saben cómo pedirte, no les da tanta vergüenza, ... Y en cuanto al sexo, sobre todo me piden encargos las mujeres, sí que hay algún hombre que me pide algún encargo pero siempre es para la novia de éste. Pero bueno que al final los que siempre me piden encargos son las chicas.

C: ¿Hubo algún momento en el que crecieras de forma rápida o tu crecimiento fue más progresivo y continuado? En el caso de que crecieras rápido, ¿cuál crees que fue la razón? Por ejemplo, debido a que uno de tus vídeos se hizo viral, un sorteo, ...

L: Pues todo ha sido muy progresivo, pero sí que he tenido como algunos picos. Por ejemplo, cuando empecé a profesionalizar mis dibujos, me dije “igual estaría bien como tener contacto con algunas influencers” para dar a empezar a conocer mi trabajo.

Pues hubo una vez que tuve contacto con la influencer Lidia Rauet (@lidiarauet), la cual acaba de llegar al millón de seguidores en Instagram. Pues bueno la cosa fue que un día subió una historia a Instagram y puso más o menos esto “estoy buscando un ilustrador o ¿hay alguien que conozca a uno?” Y mucho amigos que teníamos en común me pasaron su historia diciéndome que le escribiera para decirle que estaba interesada. Entonces le escribí y se ve que quería hacer un encargo muy especial: quería una ilustración digital personalizada para su perrito que estaba muy enfermo y le gustaría tener un recuerdo. Así que le hice la ilustración y mientras yo lo estaba haciendo el perro falleció. Entonces cuando me hizo la promoción, porque yo ya le había enviado el dibujo, ella salió llorando en las historias y claro eso impactó mucho en sus seguidores. Y gracias a eso o “por desgracia”, me empezaron a seguir como 3.000 seguidores, y claro todos estos usuarios venían de parte de esta influencer. Con esto me llegaron muchos encargos, muchos mensajes, ... Con todo esto creo que pasé de los 2.000 seguidores que tenía en ese momento a 5.000, más o menos.

A partir de este contacto con esta influencer, también me vieron otras influencers y me escribió Sofía Surfers (@sofia_surferss) para pedirme un encargo. Así que pasados unos meses, le hice un encargo con el novio que tenía antes y cuando se lo entregué me vinieron unos 1.000 o 1.500 seguidores porque la promoción que me hizo no fue tan potente.

Así que tras todo esto, iba creciendo gracias a que cada vez más gente me conocía por estos influencers, también porque hacía algún que otro sorteo, ... Por lo tanto, igual tenía unos 7.000 – 8.000 seguidores. Y ya hace un año me lancé a TikTok y en esta red social se me empezaron a viralizar los vídeos. Así que actualmente he pasado de los 10.000 seguidores en Instagram gracias a la comunidad de TikTok. Lo único de esta red social es que al principio es muy duro, pero una vez vas cogiendo el ritmo y la constancia, se va cogiendo el gustillo a esto y al final engancha.

Así que en conclusión, he crecido gracias a un par de influencers, los sorteos y a TikTok.

C: ¿Cuál es el tipo de contenido que triunfa entre tus seguidores? Por ejemplo, los vídeos mostrando el detrás de cámaras, las ilustraciones por encargo, las ilustraciones más creativas, los video tutoriales, ...

L: Pues no sabría qué decirte porque Instagram está loquito últimamente. Por ejemplo, puede ocurrir que igual un día subes un vídeo super currado en el que has estado trabajando dos semanas en él y luego ves que sólo tiene 200 me gustas y luego subes una chorrada y tienes 45.000 visualizaciones y más de 1.000 me gustas. Es que esto es un sinsentido. Actualmente, es muy difícil atraer e impactar al usuario y cada vez más Instagram poner más trabas al creador de contenido.

Pero bueno, yo creo que las ilustraciones que más impactan, al menos en mi caso, son lo de estilo realista pero hechos de manera digital, es decir, los que hago con rostros realistas y los fondos a digital. Estos son los que veo que pueden llegar a más me gustas y que la gente los suele compartir más. Luego también hay otro tipo de ilustraciones que impactan mucho que son los “fanarts” (ilustraciones de personajes, épocas, vestuarios muy conocidos y populares) porque la gente se siente identificada. Y también están los dibujos sociales como por ejemplo una ilustración del 8M o del colectivo LGTBI. Estas ilustraciones impactan mucho porque es un problema social que mucha gente lo comparte y que se siente identificada y eso, al final, hace que mucha gente lo vea y que lo comparta.

C: ¿Cuáles crees que son las ventajas de tener tu negocio en Instagram?

L: Uy pues no sé si podría sacarte alguna ahora porque, como ya te he dicho, Instagram está poniendo muchas dificultades a los creadores. Pero bueno la ventaja principal más grande es que te puede conocer gente que no sabe ni que existes y que al final puedes llegar a gente de todo el mundo. Por ejemplo, te puede descubrir alguien de México que, aunque igual no puedas enviarle un dibujo, él te está viendo y apoyando y está siguiendo tu trayectoria.

C: ¿Y los inconvenientes?

L: Fua aquí hay bastantes: la calidad de los post, la cual se ve enormemente reducida, el algoritmo que va cambiando y evolucionando constantemente, ... Si es que yo me compré un iPhone para grabar vídeos con buena calidad y al publicarlos en Instagram automáticamente pierden calidad y se pixelan. También me pasa que cuando subo una historia, sin ningún GIF ni música ni nada, la calidad se mantiene pero cuando le pones alguna canción o un GIF, la calidad baja drásticamente.

C: ¿Cuál es el tipo de ilustración que más te encargan? En cuanto a estilo artístico, tamaño, oferta, precios, etc.

L: Yo creo que el realista es el que más gusta. Si que es más caro que el “lineart”, que es así como más minimalista y simple (60€ vs. 35€), pero yo creo que el que más me piden es el realista, tamaño estándar, con dos personas y en tamaño DIN A4, para enmarcar, para regalar y para todo.

C: Y en cuanto al formato de ilustración ¿te piden más el tradicional o el digital?

L: Ahora me están pidiendo más el digital pero porque ofrezco el envío digital, así sin impresión, entonces saldría más barato el encargo. También es verdad que los encargos tradicionales los cojo menos porque me cuestan más hacerlos y me llevan más tiempo que los digitales, pero igualmente siempre tengo demanda del tradicional.

C: ¿En qué meses o festividades especiales tienes más encargos? Ejemplo: Navidad, San Valentín, etc.

L: Navidad sin duda, es la bomba. Noviembre y diciembre son los meses más duros de trabajo. Luego, enero fatal y febrero ya ni te cuento, o sea, yo para San Valentín sí que he tenido encargos pero ni punto de comparación con Navidad. Es que en noviembre y diciembre es una locura, la gente es como que está subidita en plan “ay me puedo gastar dinero, hay ofertas, el Black Friday, Navidad, Reyes, ...” así que compran más. Pero luego llegan enero y febrero y los encargos van para abajo.

C: Pues esto que me dices me sorprende porque tienes una oferta en tu perfil de Etsy para San Valentín muy buena y atractiva y ¿cómo es que la gente no se anima?

L: A ver, ha caído algún encargo pero hay muy pocos en comparación con los de Navidad, porque supongo que la gente quiere ahorrar. Además, en parte les entiendo porque yo, personalmente, no celebro San Valentín y tampoco lo compraría pero bueno, siempre hay que dar la opción.

C: ¿Alguna vez algún cliente ha cuestionado tus precios y han intentado obtener una rebaja o incluso obtener el producto de manera gratuita?

L: A ver siempre está el típico que hace esto, pero yo me lo tomo como a risa, en plan no me lo tomo como si estuviera atacando a mi trabajo ni nada. Es que me da risa porque algunos me dicen “¿me dibujas?” y claro yo les digo “si claro, estoy haciendo encargos y si quieres uno escíbeme por privado y te paso los precios ...” Pero nunca he tenido ahí como un debate super serio con alguien como para discutir ¿sabes? Simplemente me lo tomo como un bromista más porque ellos ya saben lo que les voy a contestar. Yo les preguntaría de broma “¿me das de comer gratis con tu encargo?”

C: ¿Cuáles son los aspectos que tienes en cuenta para fijar el precio de tus productos? Ejemplo: coste de luz, en tus materiales, costes de envío, etc.

L: Cuota de autónomo, básicamente, porque ahora está muy heavy. Y sí, materiales, tiempo que tardo en hacerlos y sobre todo el packaging, los materiales que utilizo para hacer los envíos, que intento que sean lo más económicos posible: un trocito de cartón, unas pegatinas en un trozo de plástico para que no se moje y arreando. Y el envío también.

C: ¿Me podrías explicar cómo es el modelo de distribución de tus productos? Tanto a nivel digital como nivel físico. Ejemplo: el packaging, la empresa distribuidora, los costes, alguna base de datos con los emails, etc.

L: Pues los materiales y sobres que uso los compro en Amazon. Antes utilizaba unos, pero ahora este producto ya no está y he tenido que cambiar. Luego, tengo mis tarjetas de visita, mis tarjetas de agradecimiento, tengo pegatinas también y lo envío todo en un sobre de plástico para que no se moje, por si llueve al hacer el reparto, prefiero que esté protegido y lo envío por Correos.

C: Y a nivel digital simplemente los envías con el email y ya está, ¿no? O ¿tienes alguna base de datos con la que recopiles los emails?

L: Sí, para enviar los pedidos digitalmente simplemente los envío a través de Gmail o Hotmail. Y en cuanto a la base de datos, lo que tengo es un Excel con todos los pedidos y me apunto nombre y apellidos, apunto el correo, desde dónde me hacen el pedido, para saber dónde tengo más gente, si en Madrid, Barcelona, Andalucía... si la gente me pide de Italia, yo qué sé, eso sí que me lo apunto y luego me apunto también si me lo piden por Instagram, porque los realistas siempre los cojo con Instagram, me apunto el usuario.

C: ¿Llevas a cabo alguna estrategia de marketing? Como por ejemplo seleccionas los hashtags que mejor se adapten a ti, realizas sorteos, planificas tu contenido mensualmente, etc.

L: Mensualmente no, en eso soy un poco caótica, hay meses que estoy más en Instagram, meses que estoy menos... Intento aprovechar un poco todo el contenido en todas las plataformas. Por ejemplo, si me pongo a grabar una mañana TikToks, pues ya tengo contenido para Instagram, para reels o si tengo un dibujo, le saco un vídeo para TikToks, reels y shorts y así. E intento ir por semanas, no por meses, porque soy muy exquisita con el feed de Instagram. Si no queda bien la publicación, no la subo. Intento subir 3 posts por semana. La semana pasada dije: “esta semana tengo estos ¿cuáles me quedarían bien arriba?” y voy lo haciendo por líneas. Según lo que me vaya a quedar bien, hago unos dibujos u otros

C: ¿Alguna vez has realizado promociones de pago en Instagram? Si es así, ¿me podrías explicar el proceso que realizas para ello?

L: En Instagram creo que hice un par al principio, pero en Instagram no puedes hacer mucha cosa, pero mi pareja se dedica a hacer anuncios en Facebook y sí que he hecho algo de publicidad a través de Facebook. Por ejemplo, nosotros intentábamos que acabara en compra ese anuncio, pero como aún no tengo una página web propia y a los que anunciamos se les redirige a Etsy es como que no puedes analizar el anuncio y no puedes acabar de saber si está funcionando o no porque una vez se van a Etsy ya pierdes el hilo no puedes estudiar si realmente está funcionando ese anuncio o no, así que hasta que no tenga una web no puedo hacer muchos anuncios.

C: ¿Alguna vez has colaborado con otro ilustrador o algún creador de contenido relacionado con el sector?

L: Sí, he hecho varias cosas. El año pasado hicimos por navidad un calendario de adviento con 24 ilustradores y una escritora y cada ilustrador subía una ilustración cada día junto a un capítulo. Era una historia y cada ilustrador narraba un capítulo de esa historia. A mí me tocó, creo, el 23 e hice mi ilustración y la subí.

También he hecho una colaboración con una chica que se llama @uneconcept, que hace moda, y sacamos unos pañuelos. En este caso, yo hice el diseño y ella hizo la estampación, que es la que conoce de tejidos, de tinturas y demás. Hice también un sorteo con dos ilustradoras más: @winteralar y @laotrapoesia. Y actualmente estamos haciendo un amigo invisible de ilustradores, que nos hemos juntado 50 personas para hacer eso. A cada ilustrador le ha tocado dibujar a otro artista y el día 16 a las 20:00 todos publicamos la ilustración e iremos como locos a buscar la nuestra en los otros perfiles.

C: ¿Cuándo comenzaste a expandir tu negocio a otras redes sociales como Facebook, YouTube, o TikTok? ¿Crees que esto te ha ayudado a crecer?

L: Yo tengo el sueño de ser youtuber desde que nací, pero me doy vergüenza y digo “ya está, hasta aquí”. Empecé en YouTube igual cuando tenía 16... o con 18, porque recuerdo que mi primer vídeo era un “50 cosas sobre mí”, y me acuerdo de que iba a bachillerato porque lo hablaba con la gente de la clase y esos los tengo en privado, esos no salen de ahí.

Me dan rachas. Normalmente, la racha de YouTube me da siempre en septiembre en plan: “Vale, septiembre, nuevos comienzos, voy a darle caña a YouTube” subo vídeos hasta diciembre, vienen las navidades y... qué pereza ahora, tengo 20 días de vacaciones y no me voy a poner a grabar ahora, así que se me va el chip. Voy subiendo vídeos muy esporádicamente. Es más, me gustaría volver, siempre lo digo, pero ahí está.

Sí que me dio fuerte otra vez en la cuarentena, que me aburría mucho y vi que mucha gente había empezado a hacer iniciativas muy guais y a compartir conocimientos y tal y dije: “Voy a darle, es mi oportunidad, igual es el momento”, pero qué va, qué va (risas) lo acabé dejando en verano. Me he comprado también una cámara para hacer video-vlogs, para hacer cositas durante este año y ha llegado navidad y ya lo he dejado. De momento no he grabado nada más.

En cuanto a Facebook, debo tener una cuenta porque tengo el Instagram como empresa, entonces debo tener cuenta de Facebook vinculada a la de Instagram, pero no lo utilizo para nada. En Facebook sí que van a veces los anuncios que he hecho alguna vez, pero no me convence del todo.

En referencia a TikTok, como ya te comenté, al principio es muy duro. Cuando empiezas a utilizar esta app piensas: “¿para qué estoy haciendo esto, si no me ve nadie?” Empecé un 14 de febrero, en San Valentín del año pasado, porque estaba esperando a mi pareja, que íbamos a comer sushi juntos y dije: “pues grabo un par de TikToks, que me veo mona”, me había preparado, estaba arreglada, así que los grabé y los subí. Y tuvieron, creo, 1000 visualizaciones. Para mí eso era “madre mía, me he hecho viral”. Y pensé en hacer lo mismo, pero con el arte, así que empecé a seguir cuentas que hacían cosas similares y dije “voy a intentarlo... quizá no subir un vídeo cada día, pero un vídeo cada dos o cada tres se puede hacer”. Y al final me he metido ahí y ya no hay quién me saque.

C: Y para finalizar, ¿crees que esto te ha ayudado a crecer? Lo de expandirte a YouTube, a TikTok...

L: Sí, sí, TikTok con la que más, porque YouTube, al final, es una plataforma un poco “cerrada”. Los grupos de youtubers están muy cerrados y es muy difícil que alguien llegue a tu vídeo, vaya a Instagram... pero lo que más me ha ayudado ha sido TikTok. La gente en TikTok es muy fanática. Si le gusta lo que hace, van a ir a seguirte a todas las redes. Entonces, ha ido genial, porque hago directos y me ve mucha gente que no me ve de normal, llego a mucha más gente.

C: Genial Laia, ¡muchísimas gracias por tu colaboración y tu ayuda! Ha sido todo un placer poder hablar un ratito contigo cara a cara, conocer tu punto de vista y conocer más sobre ti y sobre tu proyecto personal.

ANEXO III. ENCUESTA SOBRE ILUSTRACIONES DIGITALES PERSONALIZADAS

a. CUESTIONARIO



Encuesta sobre las ilustraciones digitales personalizadas

¡Hola!, estoy encantada de tenerle por aquí. ♥

Lo primero de todo es presentarme, mi nombre es **Celia Peñalba Diez**, estudiante de marketing e investigación de mercados en la Universidad de León. Actualmente, estoy realizando una investigación para mi trabajo fin de grado (TFG) acerca de las **ilustraciones digitales personalizadas** y sus motivaciones a la hora de encargar una.

¿Alguna vez ha **adquirido este tipo de ilustración digital** o **sigue algún perfil en Instagram** sobre estos **dibujos digitales**? Si es así, está breve encuesta es para usted. Solo le llevará realizarla unos 7 minutos.

Para finalizar, informo de que los datos obtenidos en esta encuesta serán tratados y analizados de forma anónima y agregada, ya que la única finalidad es académica y no comercial.

¡Muchas gracias de antemano por tu participación! ♥

 cpenad00@estudiantes.unileon.es (no compartidos)
[Cambiar de cuenta](#)

 Borrador restaurado

*Obligatorio

¿Ha encargado, al menos una vez, este tipo de ilustración? *

Sí

No

[Siguiente](#)

[Borrar formulario](#)

Compra de las ilustraciones digitales personalizadas

Vamos a comenzar el cuestionario conociendo un poco sus razones por las que encarga una ilustración digital personalizada y su nivel de satisfacción.

Si la respuesta a la primera pregunta es sí, ¿cuántas veces ha encargado una ilustración digital personalizada? *

- Una vez
- Dos veces
- Tres veces
- Cuatro veces
- 5 o más

¿Encargaría otra vez una ilustración digital personalizada? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Cómo conoció la existencia de este producto? (Opción multirrespuesta) *

- Redes sociales
- Amigos y/o familiares
- Página web
- Anuncio en internet
- Blogs/webs sobre ilustraciones digitales
- Otro: _____

¿Cómo se puso en contacto para encargar este producto a un ilustrador?
(Opción multirresposta) *

- Instagram
- Correo electrónico
- Página web
- WhatsApp
- Facebook
- TikTok
- Otro: _____

¿Cuánto dinero le costó adquirir UNA ilustración? *

- Menos de 10€
- Entre 10-25€
- Entre 26-41€
- Entre 42-57€
- Entre 58-73€
- Más de 73€

¿Cuál es el precio máximo que estaría dispuesto a pagar? (Independientemente de la respuesta anterior) *

Tu respuesta _____

¿Cuál fue el motivo por el que compró una ilustración digital personalizada?
(Opción multirrespuesta) *

- Para decorar mi casa
- Para regalar a mi pareja
- Para regalar a un familiar (padre, madre, hij@, herman@, ...)
- Para regalar a un amigo
- Para regalar a un compañer@ del trabajo
- Otro: _____

Siguiendo con la pregunta anterior, ¿para qué festividad o día especial compró usted una ilustración personalizada? (Opción multirrespuesta) *

- Navidad / Reyes Magos
- Cumpleaños
- Aniversario
- Amigo invisible
- San Valentín
- Día del Padre
- Día de la Madre
- Otro: _____

¿Recibió usted el encargo en formato digital o en formato físico? *

- Formato digital
- Formato físico

En relación a la pregunta anterior, ¿qué objeto encargó o regaló que contenga una ilustración digital personalizada? (Opción multirrespuesta)

- Cuadro
- Funda de móvil
- Taza
- Imán
- Cojín
- Ropa (camisetas, sudaderas, gorras, ...)
- Póster
- Otro: _____

Indique su grado de satisfacción general en referencia a la ilustración digital personalizada: *

1 2 3 4 5

Nada satisfecho Muy satisfecho

Atrás

Siguiente

Borrar formulario

Comportamiento en Instagram

A continuación, se le preguntará sobre su comportamiento y sus hábitos de comportamiento en la red social de Instagram.

¿Posee un perfil social en Instagram? *

- Sí
- No

¿Con qué frecuencia utiliza esta red social? *

- Todos los días
- Varios días a la semana
- Varios días al mes
- Nunca

¿En qué momento del día consulta más esta aplicación? (Opción multirrespuesta) *

- Según me despierto
- A media mañana
- Por la tarde
- Por la noche
- Durante todo el día
- No suelo consultar las redes sociales

¿Cuáles son los principales motivos por los que tiene un perfil social en Instagram? (Opción multirrespuesta)

- Entretenimiento
- Aprendizaje
- Estar conectado con amigos/familiares
- Noticias y actualidad
- Inspiración
- Otro: _____

Atrás

Siguiente

Borrar formulario

Cuentas de Instagram sobre ilustradores digitales

Seguidamente, se le plantearán cuestiones para conocer sus hábitos de consumo en Instagram en referencia a perfiles sobre ilustradores digitales.

¿Sigue alguna cuenta de Instagram relacionada con las ilustraciones digitales? *

Sí

No

Si la respuesta a la pregunta anterior es sí, ¿cuántos perfiles sobre ilustraciones digitales sigue usted? (más o menos)

1

2

3

4

5

Más de 5

Mencione el nombre de una de estas cuentas (procure escribir el nombre correctamente).

Tu respuesta _____

Indique las razones que le llevan a seguir a los ilustradores digitales. (Opción multirrespuesta)

- Me gusta el contenido que publica
- Me inspira a dibujar
- Fomenta la adquisición de ilustraciones digitales
- Entretenimiento
- Otro: _____

A continuación, se le mostrará varias parejas de opciones y tendrá que posicionarse en la que le llama más la atención / le gusta más:

¿Qué tipo de formato prefiere ver en Instagram? (ejemplo: si selecciona el 1 indicaría que le gusta más la imagen, pero si selecciona el 5 le gustaría más el formato vídeo.) *

	1	2	3	4	5	
Formato imagen	<input type="radio"/>	Formato vídeo				

¿Qué tipo de vídeo le gusta más: el que muestra todo el proceso de elaboración o el que muestra la parte final? *



1 2 3 4 5

Proceso completo

Parte final

¿Qué tipo de perfil le parece más atractivo: el que no tiene historias destacadas o el que sí las tiene? *



1 2 3 4 5

Perfil sin historias destacadas

Perfil con historias destacadas

¿Qué perfil de Instagram le llama más la atención: el que tiene las publicaciones desordenadas o el que las tiene ordenadas siguiendo un patrón? *

	PUBLICACIONES DESORDENADAS			PUBLICACIONES ORDENADAS		
	yilenart			olguerdesign		
						
		1	2	3	4	5
Desordenadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ordenadas

¿Qué perfil de Instagram le gusta más: el que no tiene fotografías del ilustrador o el que si las tiene? *



1 2 3 4 5

Sin fotos del ilustrador

Con fotos del ilustrador

¿Qué tipo de ilustraciones digitales le gusta más: las que están en blanco y negro o las que están en color? *

	BLANCO Y NEGRO			A COLOR		
	bergaya__			its_mailab		
	1	2	3	4	5	
Blanco y negro	<input type="radio"/>	A color				

¿Qué ilustraciones digitales le llama más la atención: las de animales o las de personas? *

ILUSTRACIONES DIGITALES DE ANIMALES	ILUSTRACIONES DIGITALES DE PERSONAS
<p>dibujos_para_perros</p> <p>257 Publicaciones 4528 Seguidores 6866 Siguiendo</p> <p>Si quieren que les haga un dibujo mandame mensaje 🍷🐶</p> <p>Mensaje</p> <p>edits fondos edits</p>	<p>vam_drawing</p> <p>174 Publicaciones 1018 Seguidores 880 Siguiendo</p> <p>ILUSTRACIONES PERSONALIZADAS she/her Artista</p> <p>Soy Vero Ilustraciones personalizadas Láminas temáticas Encargos y colaboraciones MD más</p> <p>Mensaje Correo</p> <p>Láminas ofi... Ciudades Calendario... Natalicias INFOR</p>
	
Animales	Personas

¿Qué ilustraciones digitales le gusta más: las de estilo realista o las de estilo cómic? *

ILUSTRACIONES DIGITALES REALISTAS	ILUSTRACIONES DIGITALES TIPO CÓMIC
<p>CAROLAMARIN.ART Publicaciones</p> <p> carolamarin.art</p>  <p>   </p> <p>carolamarin.art ·+ ILUSTRACIONES PERSONALIZADAS ·+</p>	<p>DIGITALART_BYSOFIA Publicaciones</p> <p> digitalart_bysofia Gijón</p>  <p>    </p> <p>digitalart_bysofia Desliza para ver el antes 📷 en la publicación anterior pueden ver la reaccion al abrir este regalazo!! 😊 ... más</p> <p>Ver 1 comentario</p> <p>18 de octubre de 2021</p>

	1	2	3	4	5	
Estilo realista	<input type="radio"/>	Estilo de cómic				

Perfil del Encuestado

Para finalizar el cuestionario, vamos a recopilar una serie de datos sociodemográficos.

Por favor, indique su sexo.

- Mujer
- Hombre

Indique su edad.

- Menor de 18 años
- 18 a 25 años
- 26 a 40 años
- 41 a 60 años
- Mayor de 60 años

Actualmente, ¿en qué situación laboral se encuentra?

- Estudiante
- Desempleado/a
- Autónomo/a
- Trabajador/a por cuenta ajena
- Pensionista
- Trabajador/a del hogar

¡Muchas gracias por su colaboración y su tiempo! ♥

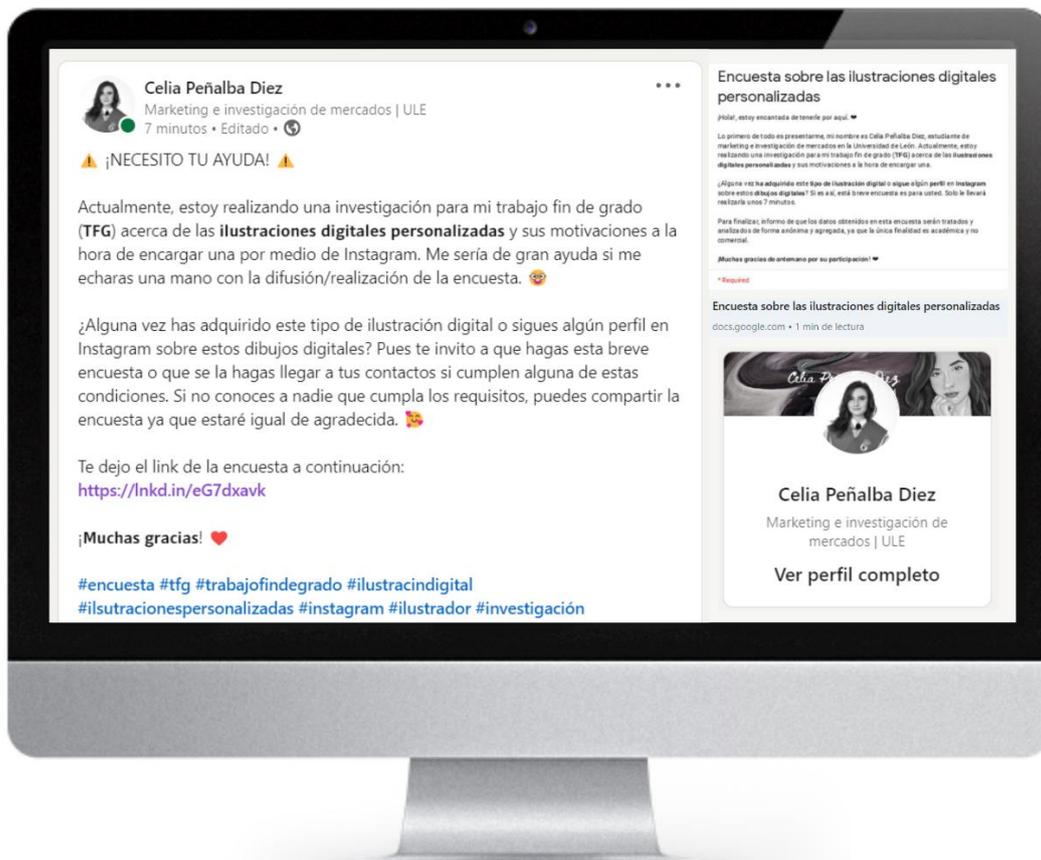
Atrás

Enviar

Borrar formulario

b. DIFUSIÓN DEL CUESTIONARIO





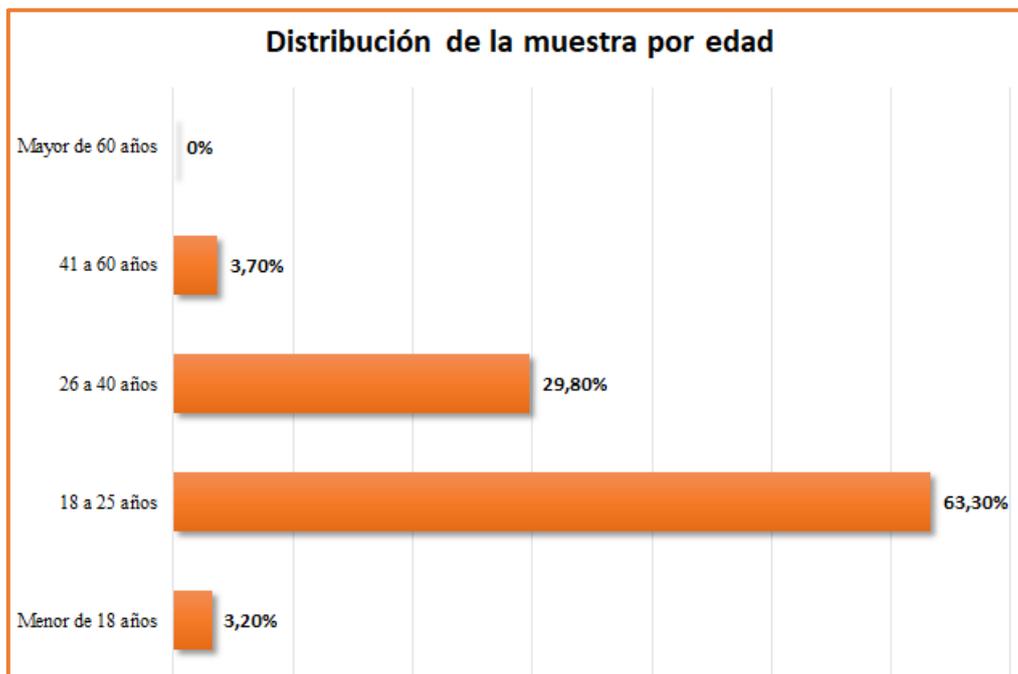
ANEXO IV. ANÁLISIS SOCIODEMOGRÁFICO

Gráfico. Distribución de la muestra por la variable sexo



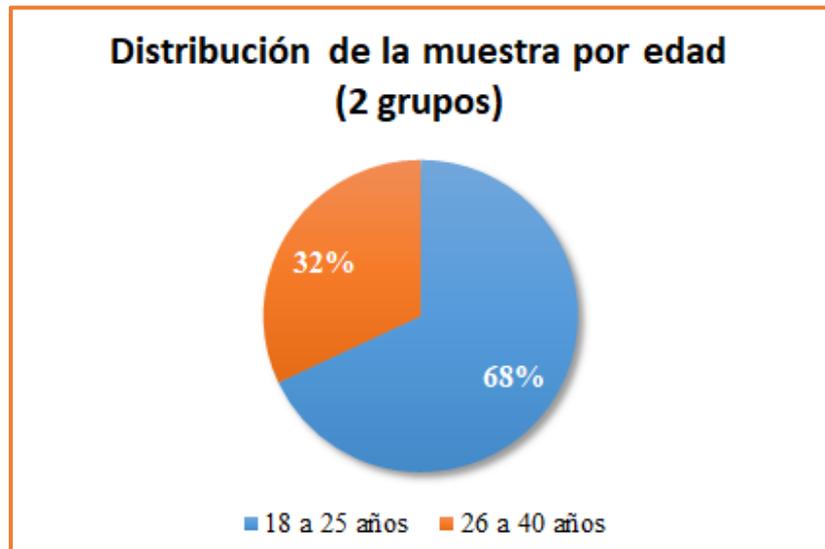
Fuente: Elaboración propia

Gráfico. Distribución de la muestra por la variable edad



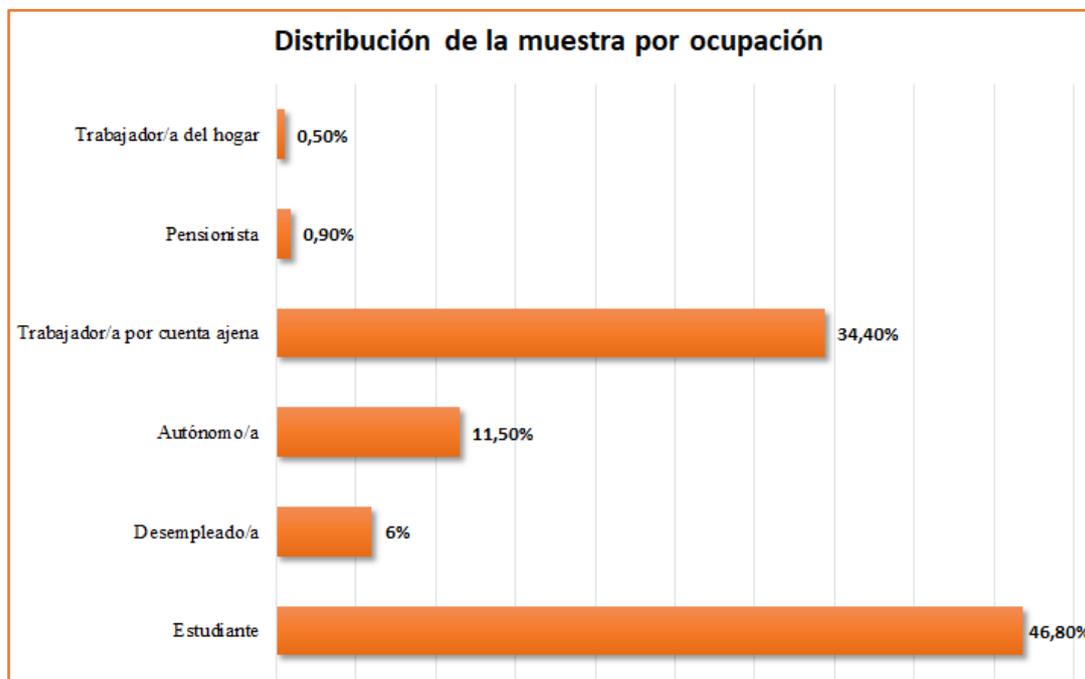
Fuente: Elaboración propia

Gráfico. Distribución de la muestra por la variable edad si nos quedamos con dos grupos de edad



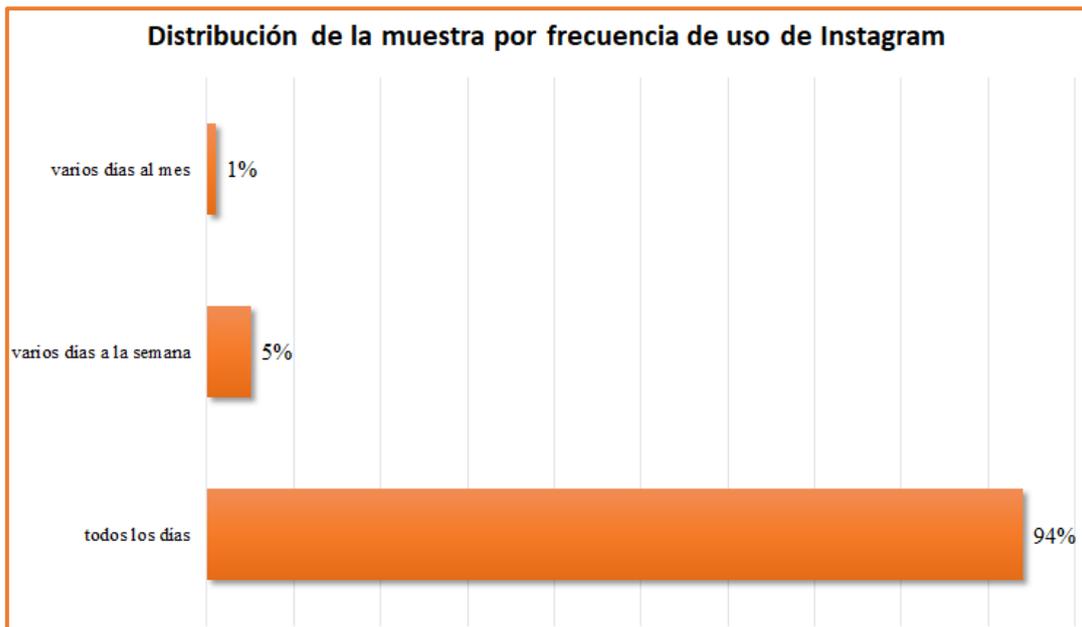
Fuente: Elaboración propia

Gráfico. Distribución de la muestra por la variable ocupación



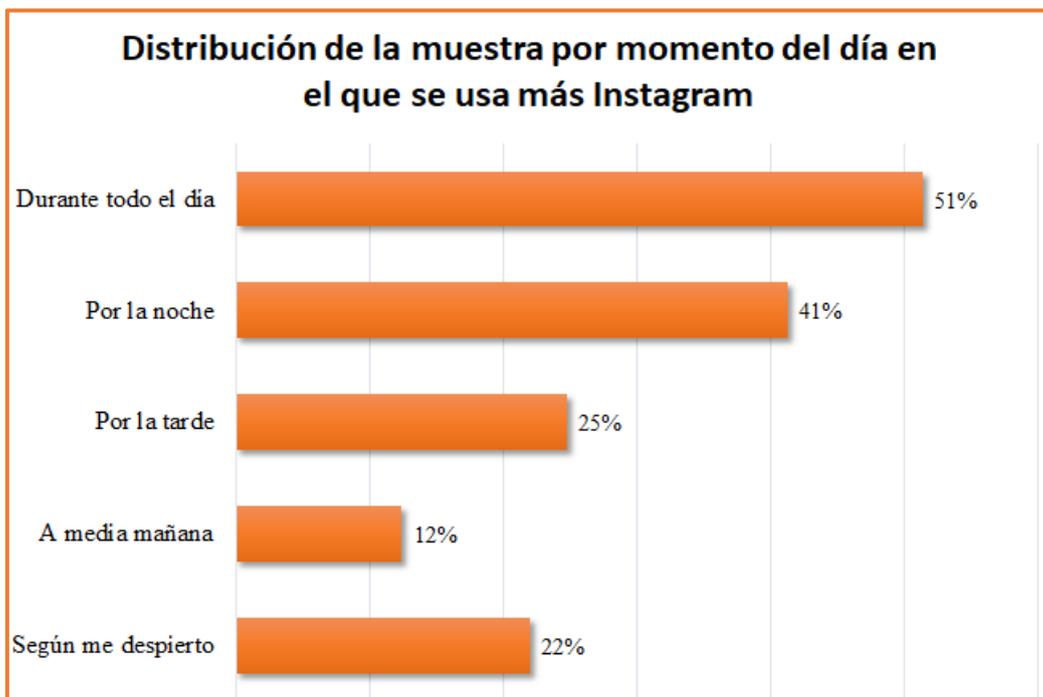
Fuente: Elaboración propia

Gráfico. Distribución de la muestra por frecuencia de uso en Instagram



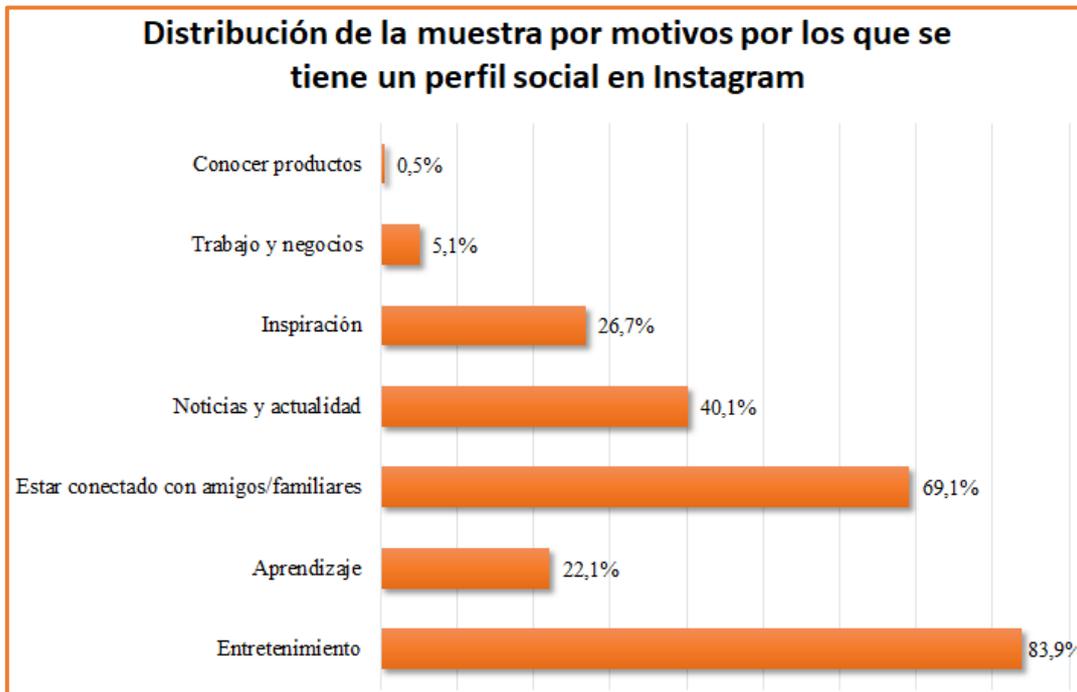
Fuente: Elaboración propia

Gráfico. Distribución de la muestra por momento del día en el que se usa más Instagram



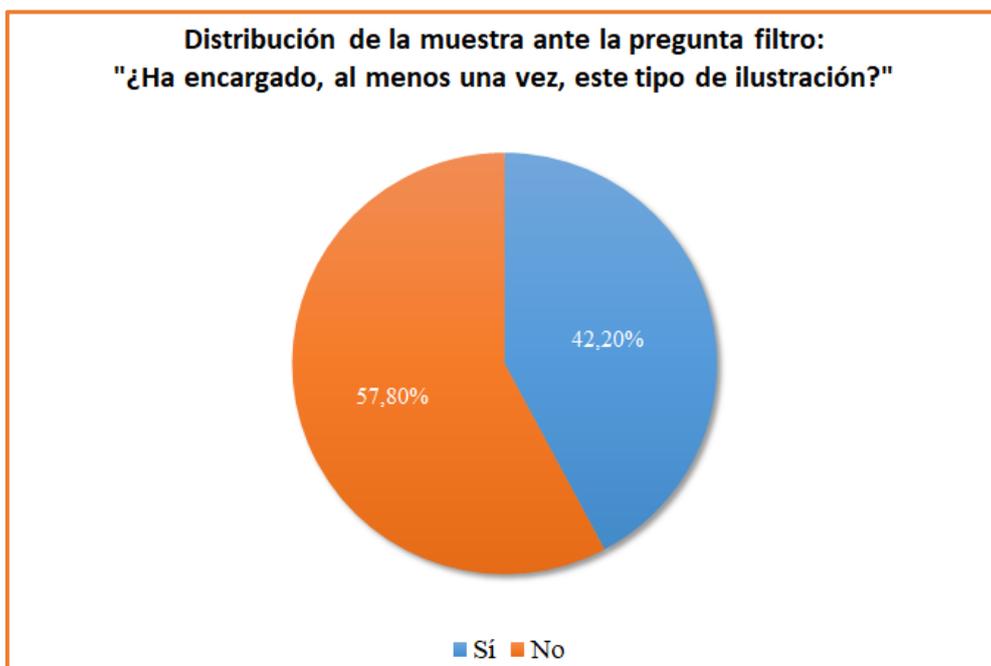
Fuente: Elaboración propia

Gráfico. Distribución de la muestra por motivos por los que se tiene un perfil social en Instagram



Fuente: Elaboración propia

Gráfico. Distribución ante la pregunta filtro número 1: "¿Ha encargado, al menos una vez, este tipo de ilustración?"



Fuente: Elaboración propia