



influencer

SABINO ORTEGA MARTÍNEZ
PABLO ROS AZNAR
JOSÉ LUIS SEGADO EGEA
ADRIÁN ZARAGOZA CALLEJAS.


PROFESORA: ENCARNACIÓN BOLUDA CARBONELL
TUTORA: PILAR MARTÍNEZ CASTEJÓN

Índice:

1. **Introducción.**
2. **Justificación.**
3. **Objetivos del trabajo.**
4. **Metodología**
5. **Conclusiones.**
6. **Agradecimientos.**
7. **Bibliografía.**



1.- INTRODUCCIÓN:

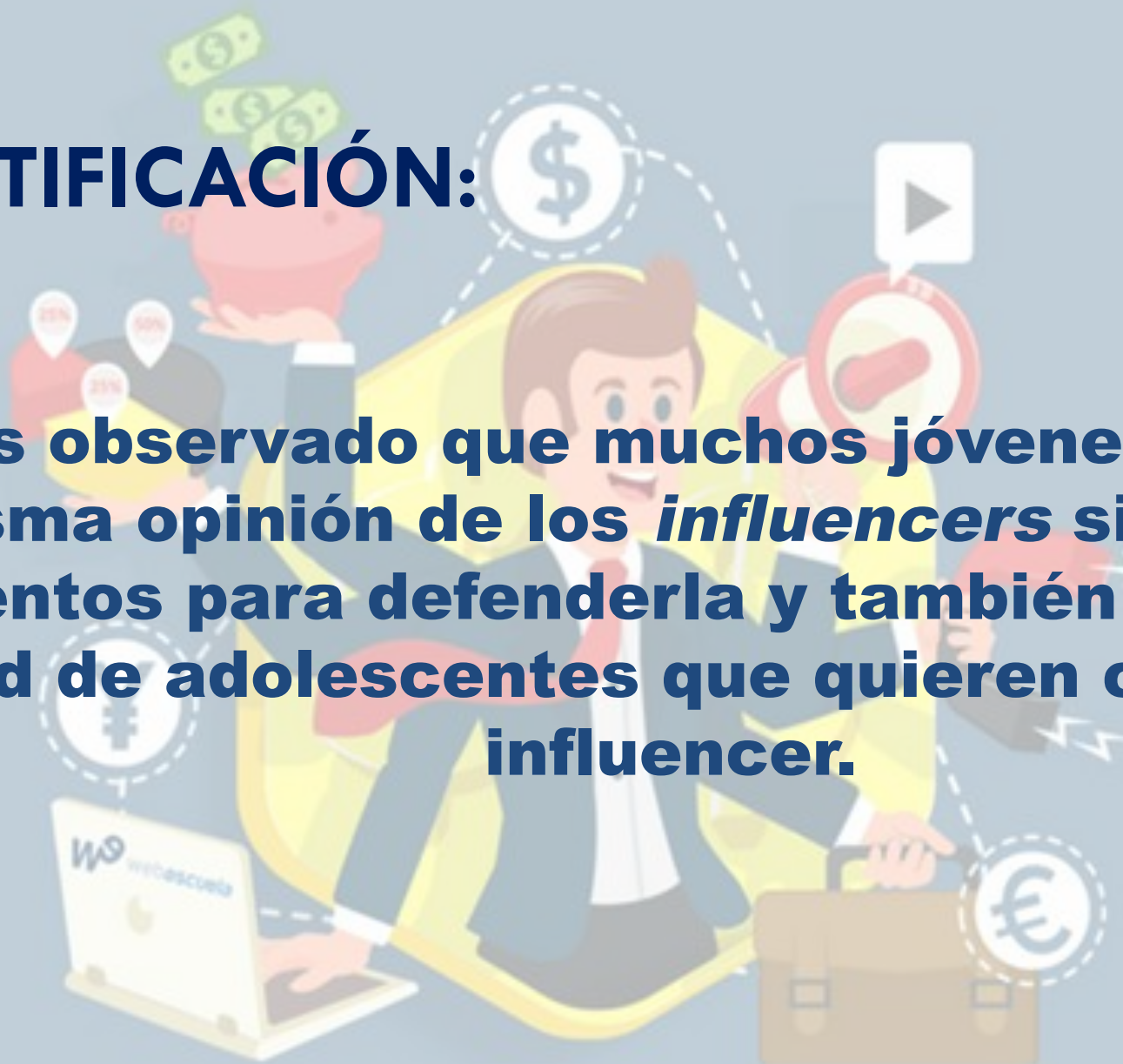
A cartoon illustration of a businessman in a blue suit and red tie riding a yellow roller coaster. He is holding a brown briefcase with a Euro symbol (€) on it. The background is light blue with various financial and digital icons: a red piggy bank, a play button, a magnifying glass over a red location pin, a laptop with 'WU' and 'WIRTSCHAFTS' on it, and several dollar (\$) and Euro (€) symbols. There are also some percentage signs (25%, 30%) and a lightning bolt icon.

El estudio de los *influencers*.
En qué medida los adolescentes están influidos por personajes conocidos en redes sociales u otras plataformas digitales.
De dónde proceden sus ingresos y la durabilidad de este nuevo oficio o profesión.



2.- JUSTIFICACIÓN:

Hemos observado que muchos jóvenes adoptan la misma opinión de los *influencers* sin aportar argumentos para defenderla y también que hay gran cantidad de adolescentes que quieren convertirse en influencer.



3.- OBJETIVOS DEL TRABAJO:

- **Analizar qué es un *influencer*.**
- **Investigar qué grado de influencia poseen sobre los adolescentes.**
- **Averiguar cuándo surge este fenómeno y si lo podemos considerar un trabajo con proyección de futuro y qué periodo de tiempo te puedes mantener solo con este trabajo. (¿es o no un trabajo?)**

4.- METODOLOGÍA:

Encuestas.

Recopilación y análisis de datos.

Entrevista a un *influencer*.

Consulta de bibliografía.



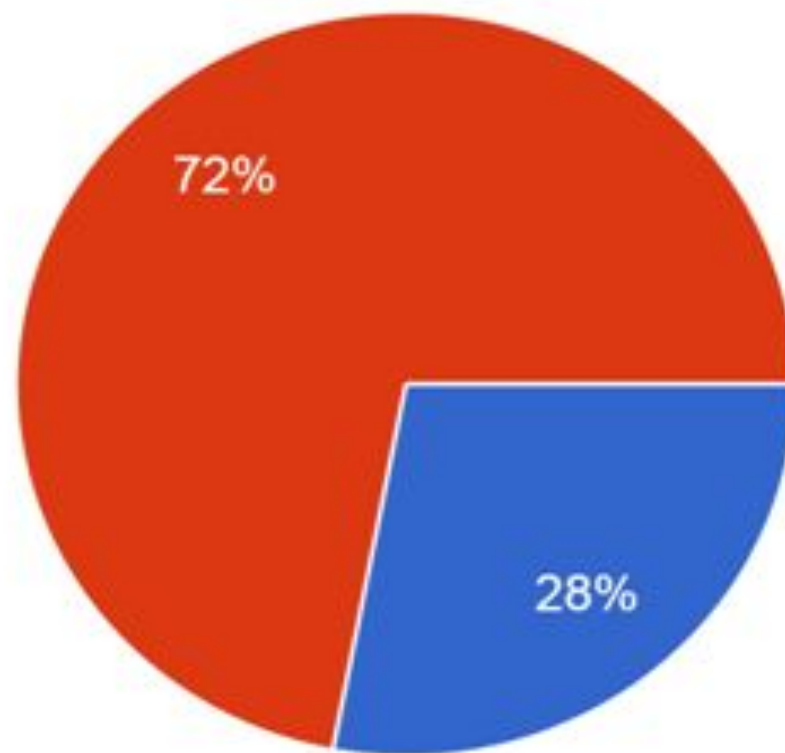
4.1- LA ENCUESTA:

¿Qué consideras que es un *Influencer*?

- Una persona que tiene **muchos seguidores en una red social** y que su **opinión o punto de vista es capaz de influenciar** sobre tus decisiones o gustos.
- Una persona que **ha destacado en algún sitio y aprovecha para hacer colaboraciones** con compañías de ropa, maquillaje...y enseñarla a cambio de un dinero.
- Una persona **capaz de influenciar a su público**, es decir, cambiar su opinión sobre algo en concreto o simplemente intentar convencerlo de algo.

¿La opinión de algunos influencers os afectan?

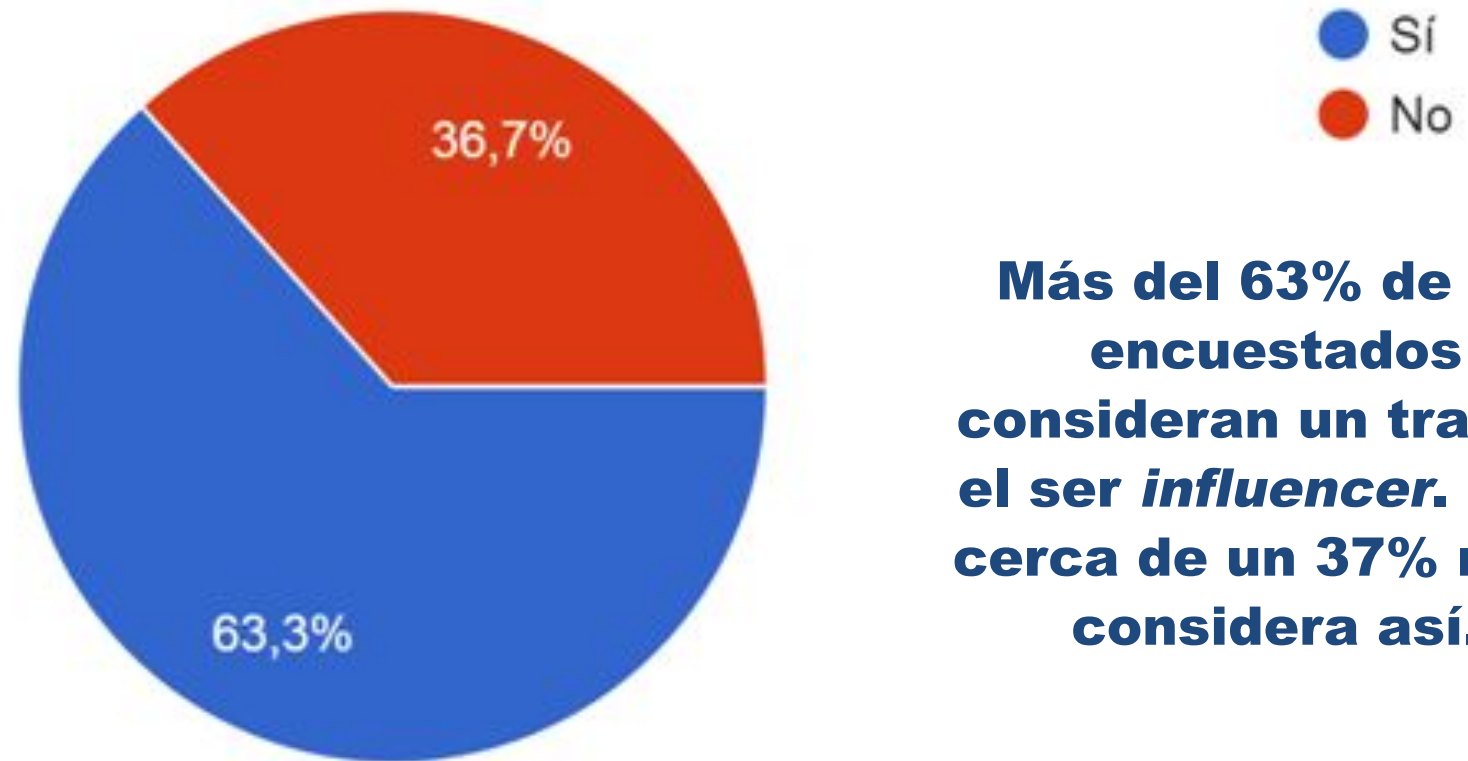
150 respuestas



Un 28% de los adolescentes encuestados dicen que si les afecta la opinión de algunos influencers.

¿Consideras que ser Influencer es un trabajo?

150 respuestas



Más del 63% de los encuestados consideran un trabajo el ser *influencer*. Solo cerca de un 37% no lo considera así.

4.2- INFLUENCER MÁS CONOCIDOS:

EIRubiusOMG - Youtube - 2006.

Ibai - Youtube - junio de 2015.

TheGrefg - Youtube - 2012.

Willyrex -redes sociales - 2010.

Ibyre - Youtube- 2013.

Luisito comunica - Youtube - abril 2012.

EIRubiusOMG



Ibai



TheGrefg



Willyrex



Ibyre



Luisito Comunica





Marca de ropa de lbyre



Videojuego y libros de Vegetta777



Marca de ropa y equipo de videojuegos de Thegrefg



¿**CUÁNTO TIEMPO PUEDEN MANTENERSE LOS INFLUENCERS SOLO CON ESE TRABAJO?**



6.- CONCLUSIONES:

Un *influencer* es aquella persona que cuenta con un número considerable de seguidores en redes sociales y que además puede vivir de ello (promociones, contratos con empresas o mediante las ganancias generadas en las propias redes sociales).

A alrededor del 28% de los encuestados les afecta la opinión de los influencers, ya sea siguiendo sus actitudes o con la promoción de algunos productos en sus páginas.



6.- CONCLUSIONES:

El fenómeno de los “influencers” empezó a surgir entre 2006 y 2012, aunque también han surgido otros posteriormente.

Sobre cuánto tiempo se podrán mantener económicamente siendo *influencer*, no hemos podido sacar conclusiones exactas en base a que no sabemos cuanto va a perdurar su auge en las redes sociales. La gran mayoría de ellos, están realizando inversiones o creando sus propias empresas como seguro económico.



7.- AGRADECIMIENTOS:

- Profesora de investigación: Encarnación Boluda Carbonell, qué nos ha ayudado y enseñado como realizar el trabajo correctamente.

- Tutora del trabajo: Pilar Martínez Castejón, que nos ha apoyado.

- Todas las personas que realizaron la encuesta y que han hecho posible obtener los datos de nuestro trabajo.

8.-BIBLIOGRAFÍA:



- ✓ Documento nº1 de Socialblade (n.d) disponible en <https://socialblade.com/youtube/channel/UCCEmjNPpJYhGDgaEqeeA4HA>, actualización diaria y consultado el (12/2/2021).
- ✓ Documento nº2 de Twitchmetrics (n.d) disponible en: <https://www.twitchmetrics.net/channels/follower?lang=es>, última actualización (24/2/2021) y consultado información el(26/2/2021).
- ✓ Documento nº3 de Moncloa(2020) disponible en: <https://www.moncloa.com/2020/01/27/influyentes-influencers-espana/>, última actualización el (27/1/2021) y consultado información el(26/2/2021).
- ✓ Documento nº4 de Debitoor (2019) disponible en: <https://debitoor.es/glosario/definicion-salario>, actualización diaria y consultado información el (11/3/2021)



8.-BIBLIOGRAFÍA:

- ✓ Documento nº5 de Yahoo! vida y estilo(2020) disponible en:
https://es.vida-estilo.yahoo.com/sueldos-instagram-influencers-esp%C3%B1a-140522507.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAFSXYQc1RSDk8IKK3Ezub_J10t945ToL0yTnDs4Ze3Vb6zJQ95hmv1aZFTYnkL_6r6Qbg8_qYNh4s-99oEdPZVGDZoiNV_xtOBAjZuNU6KpivfP6JldO7rb8cZA4ly7K1G8RSTIyI8OZdUGPVkDpSCyviZM0Y2Fh0awFv5jNfU, última actualización el (9/6/2021) y consultado información el (11/3/2021).
- ✓ Documento nº6 de Josep M. Català “Los influencers y el marketing digital, una convivencia necesaria”, (2019) disponible en:
https://www.researchgate.net/publication/333404690_Los_influencers_y_el_marketing_digital_una_convivencia_necesaria, ultima actualización en (mayo/2019) y consultado información el (13/1/2021).
- ✓ Documento nº7 de Beatriz Rodriguez “LA EVOLUCIÓN DEL MARKETING TRADICIONAL AL DE INFLUENCIA: LOS INFLUENCERS” (2016/2017) disponible en:
https://www.unav.edu/documents/4889803/13079787/62_Orvalle+-+La+evoluci%F3n+del+Marketing+tradicional+al+de+influencia+Los+influencers.pdf/5d9ee093-ff02-1d1a-c20f-714e021e9c5d, última actualización el (febrero/2017) y consultado el (13/1/2021)