

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
CURSO 2018-2019

NUEVAS TENDENCIAS DE COMUNICACIÓN
La comunicación de las marcas en la era digital

Autor: DAVID GUTIÉRREZ GARCÍA

Tutora: Rocío Collado Alonso
SEGOVIA, Junio 2019

*“A mi familia, en especial a mi madre por su apoyo
durante toda la etapa académica”.*

RESUMEN

Actualmente, vivimos en una sociedad hiperconectada en la que las redes sociales ocupan gran parte de nuestro tiempo. Los *influencers* se han posicionado como una herramienta clave para las marcas; las cuales, han visto como éstos han ido ganado importancia en los últimos años en cuanto a la recomendación de marcas.

Alcanzar la atención de los consumidores ha sido y es el principal objetivo de cualquier marca; por tanto, éstas conocedoras del éxito de los *influencers* han visto en ellos la oportunidad de obtener provecho de la relación con sus seguidor en las redes sociales. El objetivo de dicho estudio trata de ejemplificar la relación entre los *influencers* y las marcas en la comunicación de la sociedad actual.

Palabras clave: Marcas, consumidores, *influencers*, redes sociales, *engagement*.

ABSTRACT

Currently, we live in a hyperconnected society in which social networks occupy a large part of our time. Influencers have positioned themselves as a key tool for brands; which have seen how they have gained importance in recent years in terms of brand recommendation.

Reaching the attention of consumers has been and is the main objective of any brand; therefore, those aware of the influencers' success have seen in them the opportunity to take advantage of the relationship with their followers on social networks. The objective of this study is to exemplify the relationship between influencers and brands in the communication of today's society.

Key words: Brands, consumers, influencers, social networks, engagement.

ÍNDICE

1. CAPÍTULO I - Introducción

1.1. Introducción.....	5
1.2. Justificación.....	7
1.3. Objetivos.....	8
1.4. Metodología.....	9

2. CAPÍTULO II - Marco teórico

2.1. ¿Qué son las marcas?.....	10
2.2. Los consumidores y las marcas.....	15
2.3. <i>Influencers</i>	18
2.4. La ética en la comunicación con <i>influencers</i>	21

3. CAPÍTULO III - Análisis empírico de la publicidad de los *influencers*

3.1. Ejemplificación con <i>influencers</i>	30
3.2. Ficha de análisis para los post de Instagram	35
3.3. Resultados extraídos del análisis.....	36
3.4. Preguntas de la entrevista a <i>influencers</i>	41
3.5. Conclusiones de las entrevistas	43

4. CAPÍTULO IV - Conclusiones

4.1. Conclusiones finales.....	44
--------------------------------	----

5. Bibliografía.....	46
----------------------	----

6. Webgrafía.....	47
-------------------	----

7. Anexos*

7.1. Entrevista a Rocío Espadat (@rocioespadat).....	50
--	----

7.2. Entrevista a Alexandra Salazar (@redhot.lex).....	54
--	----

7.3. Entrevista a Yaiza Ferrandis (@yaizaferrandis).....	58
--	----

7.4. Capturas de pantalla del análisis de <i>posts</i> de Instagram.....	62
--	----

**Anexos incluidos en el CD-Rom*

CAPÍTULO I - INTRODUCCIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN

El siglo XXI es considerado por muchos autores como la gran evolución en la publicidad, ésta ha dado un enorme salto pasando a ser una publicidad mucho más enfocada en la persona a la cual está dirigida nuestro producto, y sobretodo emocional.

Como consiguiente, en un escenario como el actual, las marcas deben trabajar fuertemente su creatividad, la cercanía con su público y sobretodo diferenciarse de la competencia como nunca antes lo habían hecho; así pues, a partir de una la innovación y una gestión óptima conseguirán el *engagement* necesario para permanecer en la mente del consumidor.

Ante este escenario, las marcas tienen que aferrarse a conseguir una excelente reputación, proporcionando un excelente servicio al consumidor y realizando una buena gestión de marca; de esta manera, el producto o servicio será lo más atractivo posible para el público objetivo; ya que hoy en día, todos los productos tienen prácticamente las mismas características, novedades, etc.

Considerando la importancia de la publicidad actualmente y la repercusión en las marcas se ha dirigido la atención sobre la influencia que las marcas tienen en sus manos para conseguir captar la atención de su público.

Comenzaremos definiendo conceptos tan necesarios e importantes como, qué son las marcas, qué representan para los consumidores en la sociedad actual, y el papel que desempeñan los *influencers*.

La segunda parte de esta investigación se centrará en analizar la repercusión que tienen los *influencers* en la publicidad de las marcas actualmente; para ello, se analizará la influencia que tienen diferentes *instagrammers* españoles como Dulceida, Xavier Serrano, Jessica

Goicoechea, Paula Gonu, Daniel Illescas o Marc Forné entre otros; para conseguir averiguar cuales son las principales características de su éxito en las redes sociales.

Para complementar y aumentar la información sobre el tema se realizará un trabajo de campo mediante entrevistas a algunos *influencers* como Rocío Espadat para entender cómo establecen la relación de trabajo con las marcas, su relación y comunicación con su público a través de las redes sociales, y su repercusión junto con la calidad y credibilidad del discurso del *influencer*.

Finalmente, se reflexionará sobre la influencia que tienen las redes sociales, en especial, Instagram, en las marcas de hoy en día, y cómo éstas se relacionan.

1.2. JUSTIFICACIÓN

El objetivo de estudio de este trabajo se basa en poder sacar conclusiones a cerca de las nuevas formas publicitarias que tienen las marcas en la sociedad actual, ya que la publicidad de hoy en día, poco o nada tiene que ver con la que se hacía 5 o 10 años atrás.

La manera que tienen las marcas de comunicarse con su público ha cambiado radicalmente, haciendo de ésta, una profesión muy flexible que va evolucionando y actualizándose año tras año.

En la actualidad, el público busca multitud de productos, servicios para satisfacer sus necesidades, esto permite a las marcas abrirse ante un abanico infinito de posibilidades.

La finalidad de esta investigación es analizar cómo es la relación de las marcas con los influencers, cómo han ido estos evolucionando a lo largo de estos últimos años, conociendo su sistema de trabajo...

Debido a la gran saturación en el mundo publicitario, las marcas han encontrado en el marketing de influencia una manera muy eficaz para darse a conocer y llegar a su público. Esto juega un papel muy importante dentro de las marcas, ya que analizando los *instreammers* les permite conocer datos como el tipo de consumo de su público, su relación con los productos o servicios que este comparte...

Por lo tanto, una marca competente en la sociedad del siglo XXI debe adelantarse y conocer como funcionan todos estos factores y tenerlos en cuenta a la hora de desarrollar su campaña publicitaria, de esta manera, conseguirá que dicha campaña se dirige de la forma más precisa a su público objetivo.

Identificando todos estos valores a tener en cuenta, las marcas podrán orientar mejor su inversión en publicidad, aprovechando al máximo el beneficio a la inversión en este campo.

1.3. OBJETIVOS

Como todo trabajo de investigación, los objetivos son una parte importante para conseguir establecer que se va a trabajar en la investigación. Por ello, se diferencian dos tipos de objetivos.

Primeramente, los objetivos generales serían:

- Realizar un análisis de relación entre las marcas y el marketing de influencia.
- Analizar cómo las marcas en la sociedad actual tienen que adaptarse a los nuevos cambios y tendencias en el entorno, y los consumidores.
- Analizar a diferentes *influencers* españoles; los cuales, trabajan de primera mano con las marcas, conocer cómo es la relación con éstos con su público en la sociedad actual.

Por otro lado, los objetivos específicos serían:

- Observar cómo los *influencers* constituyen las nuevas tendencias de comunicación.
- Ejemplificar las relaciones entre los *influencers* y las marcas en la red social Instagram.
- Conocer mediante la realización de algunas entrevistas a *influencers* cómo éstos han llegado a tal reconocimiento en su cuenta de Instagram, cómo las gestionan y qué criterios de selección tienen a la hora de llevar a cabo promociones con marcas.

1.4. METODOLOGÍA

La elaboración de este trabajo se iniciará haciendo una introducción teórica en cuanto a lo que son las marcas, los *influencers* y lo que representan para los consumidores en la sociedad actual.

Una vez, asentado estos conceptos en el marco teórico de dicho trabajo, se complementará el estudio llevando a cabo un enfoque empírico que ejemplifique como los *influencers* trabajan con las marcas. Para ello, primeramente se realizará un análisis de algunas de las campañas con mayor repercusión, en las que marcas hayan trabajado con *influencers*. En segundo lugar, se realizará un análisis de los *posts* subidos a la red social Instagram por 10 de los *influencers* más relevantes y reconocidos a nivel nacional; esta muestra comprenderá los meses de marzo y abril de 2019.

Para completar la parte empírica de éste trabajo de investigación, se realizarán algunas entrevistas a distintos *influencers* con el objetivo de conocer cómo es su relación con las marcas, cómo han llegado a ser una persona reconocida en las redes sociales y desde su posición, que nos cuenten cual es su visión sobre ésta profesión.

Los datos obtenidos nos ayudarán a ejemplificar y conocer cómo las redes sociales han cambiado ésta nueva forma de comunicarse y publicitar los productos o servicios. El alcance geográfico de dicho trabajo de investigación será a nivel nacional; es decir, España.

Por tanto, dicho trabajo pretende ejemplificar sobre la profesión surgida a raíz del auge de las redes sociales, pero que no es nueva, sino que ahonda sus raíces en los antiguos prescriptores de publicidad; con el objetivo de tratar de obtener conclusiones que aporten un conocimiento más amplio sobre ésta forma de publicitar productos o servicios; a los que cada vez, las marcas recurren con mayor frecuencia.

CAPÍTULO II - MARCO TEÓRICO

2.1. ¿QUÉ SON LAS MARCAS?

Según Mark Batey, (2013, p.28) “un nombre junto con una marca comercial es el ejemplo clásico y más rudimental de *branding*, la marca como garantía de autenticidad y promesa de cumplimiento digna de confianza”. Así podemos comenzar a desgranar como las marcas han llegado a ser a día de hoy algo tan importante para las marcas en la sociedad actual.

Sin embargo, hay que aclarar que la manera en la que las marcas existen en la sociedad es debido a la comercialización por parte de esa marca de un producto o servicio; el cual, puede verse transformado en marca cuando las imágenes, percepción, símbolos y sentimientos que éste, evoca en el consumidor una idea superior o mucho más amplia del mismo.

Según la Asociación Norteamericana de Marketing en 1960, la diferenciación de una marca consistía en “un nombre, término, signo, símbolo, diseño o una combinación de ellos, cuyo objetivo sea identificar los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores, y diferenciarlos de sus competidores” (De Chernatony Riley, p.90).

Hoy en día, observando esta definición de marca, vemos que va mucho más allá; es decir, necesita ser actualizada para comprender que significa una marca en el siglo XXI.

Por tanto, podríamos considerar que la gestión de una marca actualmente es una de las variables estratégicas más importantes, ya que en la época actual, ésta va adquiriendo un mayor protagonismo. Sin olvidar que la sociedad en la que vivimos se rige bajo el paraguas de las percepciones; esto quiere decir, que resalta la marca frente al producto en sí y que para conseguir un buen posicionamiento en la mente del consumidor y en los líderes de opinión, la

marca debe disfrutar del mayor reconocimiento y posicionamiento dentro de su sector de mercado. (CEF.- Marketing XXI, 2018).

A día de hoy, podríamos considerar que las diferencias entre un producto y una marca, vendrían dadas por lo que hace que un consumidor elija un producto en concreto sobre otro con las mismas características. Esto puede ser debido a múltiples factores, entre los que destaca la característica principal del posicionamiento de marca; la cual, según Peter Cheverton (2007, p.103), “las marcas duraderas de éxito deben ser capaces de encontrar, o crear, un espacio relevante en la mente del consumidor al que se dirige, y consolidar ahí su definición de marca y sus valores”.

Esta toma de decisión no es eterna por lo que la marca debe continuamente mandar mensajes a su público objetivo y recordarle que está ahí con un nuevo producto o con nuevas prestaciones en el mismo.

También, tenemos que considerar la evolución que han tomado las marcas, según Peter Cheverton (2007, p.39), “las marcas evolucionan como respuesta a las expectativas cambiantes de los consumidores (si son marcas que escuchan), y esas expectativas a su vez surgen y son manejadas por el mismo proceso evolutivo”; esto nos lleva a definir los valores que poseen las marcas con significados tales como carga emocional, con compromiso de prestaciones, como satisfacción, placer o autosatisfacción y con significación y conciencia de marca.

Este valor de marca es clave para que todo tenga relación y funcione en consonancia, ya que aún desde el diseño, la publicidad, el logotipo, etc., pasando por todas las interacciones de ésta con el consumidor.

Uno de los conceptos importantes que hay que detallar para comprender bien la comunicación que realizan las marcas es comprender que implica la gestión de marca para una empresa. Primeramente apuntar que cuando se habla de *branding* es un sinónimo de gestión de marca. Una vez aclarado este concepto, diríamos que la gestión de marca aparece de la necesidad de manejar conceptos estratégicos en la mente del consumidor que perduren más tiempo que las campañas de comunicación y publicidad de la marca en sí.

En la actualidad una marca no es solo un concepto, una idea o una percepción de un producto o servicio; sino que, va mucho más allá, hoy en día, es un nombre, un término, un signo, un símbolo, un diseño o una combinación de todos ellos, que intenta identificar bienes y servicios con el fin de diferenciarlos de sus competidores. Sin embargo, esta definición de gestión de marca puede considerarse incompleta debido al papel que juegan actualmente las marcas, ya que son utilizadas como una herramienta de marketing para lograr la confianza de los consumidores y alcanzando de esta manera, sus objetivos en ventas o repercusión de marca en redes sociales. (Asociación Española para la Calidad, 2019).

Actualmente, una marca que quiera mantenerse fuerte en cualquier mercado de la sociedad tiene que labrarse una identidad corporativa, una imagen y unos valores intangibles de marca propios, que sean característicos de la marca para que los consumidores sepan diferenciarla entre la competencia, y se mantenga en el “*Top of mind*” de su público objetivo.

El “*Top of mind*” serían aquellas marcas en las que el consumidor piensa cuando va a consumir un tipo de producto o de servicio. Conseguir este rasgo implica un enorme trabajo por parte de la marca para posicionarse en el mercado y sería el más identificativo para una marca. Por ejemplo, marcas como Apple, Coca-Cola, o BMW son tan reconocidas no solo a nivel nacional sino mundial por haber trabajado durante muchísimos años el posicionamiento de marca, logrando así de esta manera, instalarse en la mente del consumidor.

Por tanto, este reconocimiento solo se logra con un buen posicionamiento de marca y esto a su vez, con una construcción de marca. Para llevar a cabo esta construcción de marca hay que trabajar desde la identidad, pasando por la imagen, hasta los valores, ya que estas tres características son igual de importantes si quieres conseguir una marca fuerte.

La identidad de marca estaría formada por todos aquellos elementos que diferencian, definen y conforman la imagen de marca; es decir, el nombre, el logotipo y su gama cromática, el slogan de marca, etc. También, puede estar conformado por intangibles como pueden ser las sensaciones que provoca esa marca, el olor al entrar a su tienda física o los valores que expresa. La percepción de marca estaría formada por tanto, por la percepción que los clientes tienen de la marca, es decir, lo que piensan de la misma; debido al contacto que tienen con la marca.

La imagen de marca es la percepción que tienen los consumidores o el público sobre una marca; es decir, lo que ésta proyecta al exterior sobre ella misma. Ésta percepción se genera como consecuencia de toda la información, actuaciones, emociones, experiencias, sentimientos, etc., que la marca transmite a través de la publicidad y el marketing. Por tanto, gestionar la imagen de marca implica no solo mantener esa imagen; sino también, mejorarla o corregirla según el caso en la que ésta se encuentre.

Por tanto, para llevar a cabo decisiones adecuadas en cuanto a la gestión de una marca hay que tener en cuenta el *branding*; el cual, lo engloba y gestiona todo; según Carlos Puig Falcó (IPMark, 2017), consiste en “crear ilusión a través de expectativas y culminarla con experiencias de marca relevantes que, como mínima, satisfagan esas promesas generando vínculos estrechos con la marca. La clave para que las emociones tomen valor parte de integrarlas en la misma definición del propósito, la promesa y la personalidad de la marca, así como en los beneficios que la marca ofrece”. Por tanto, podría decirse que el *branding* es un proceso estructurado que engloba una serie de factores; los cuales, deben funcionar e interactuar todos juntos en plena armonía para la buena gestión de una marca.

De esta manera, a través del *branding*, conseguiremos que la marca proyecte una buena reputación en el mercado, llegando así no solo a tu público objetivo sino también, a los potenciales clientes, que si aún no son clientes de la marca, pueden llegar a serlo.

El *branding* se convierte en una actividad importante dentro de la dirección de la marca cuando una ésta crece y el alcance de sus actividades se amplía; como afirma Wally Olins (2009, p.25), “el *branding* no sólo va asociado con el marketing, el diseño, la comunicación interna y externa y los recursos humanos, sino que incluye todos esos factores. Es el canal a través del cual la empresa se presenta ante sí misma y ante los diversos mundo exteriores. Influye en cada una de las partes de la empresa y en todo su público, en todo momento y en todas partes”.

Como bien afirma Egido, A. (2019, p.34), el *branding* no es una opción sino que “para cualquier compañía, independientemente de su origen o tamaño, resulta imperativo trabajar y gestionar su marca. El *branding* ya no es una opción más dentro de la estrategia empresarial. Resulta un instrumento obligatorio en un entorno cada vez más competitivo y digitalizado”.

Todo esto debe estar detallado mediante unos objetivos claros a seguir en la estrategia de marca de la empresa. Una buena estrategia de marca tiene que tener unos objetivos bien definidos; es decir, claros, concisos y alcanzables en el tiempo. Definir bien las acciones que la empresa va a llevar a cabo y los objetivos que queremos conseguir nos ayuda conseguir una imagen de marca fuerte en su conjunto, pues controlando todos los aspectos a comunicar encauzamos a la marca hacia el camino que queremos que siga.

Por ese motivo, la comunicación para las marcas es tan importante en todos los aspectos, pues una marca tiene que tener una imagen de marca global, que esté presente tanto en su tienda física, si se diera el caso, como en su página web, redes sociales, etc. Hoy en día, las redes sociales son una herramienta muy poderosa de comunicación que las marcas tienen que explotar y conseguir sacar el máximo beneficio; para ello, es necesario que las gestione un profesional que controle y conozca muy bien como funcionan.

Vivimos en una sociedad en la que casi todo el mundo tiene un perfil en las principales redes sociales, Instagram, Facebook y Twitter; por ello, hay una creencia en que cualquiera puede gestionar las redes sociales de una marca; sin embargo, ésta es errónea, pues la clave de una buena comunicación de marca es conseguir crear cierta notoriedad en el público objetivo y no únicamente en comunicar. Así es como se consigue crear una comunidad de seguidores de marca en las redes sociales que a la vez generen un *feedback* o retroalimentación.

2.2. LOS CONSUMIDORES Y LAS MARCAS

Para entender qué representan las marcas en la sociedad actual es necesario conocer qué representa el consumo en nuestra sociedad, o lo que hoy en día se denomina la sociedad del consumo.

Esta sociedad del consumo tiene su origen a raíz de la producción en masa de bienes y servicios, lo que provocó un exceso de los mismos que solo se solucionaba con los empresarios empleaban parte de sus beneficios a la a la publicidad y el marketing.

Este modelo de consumo es en que hoy en día sigue rigiendo en nuestra sociedad, sin embargo, hay que tener en consideración que durante las crisis económica como la última que azotó a España en los años 2000, se producen cambios, fundamentalmente sociales, los cuales, afectan no solo a la sociedad en su conjunto, sino también a su forma de pensar, de organización del trabajo, de enfrentarse al mundo. En definitiva, podríamos decir que es las crisis hacen a las personas replantearse el futuro.

Tanto es así que, por ejemplo, como consecuencia de la última crisis económica en España, la gente busca nuevas formas de seguir haciendo lo mismo pero más barato, es ahí donde entra en juego las *startups* como Uber, Cabify, Just Eat, Deliveroo o Glovo, entre otras.

Es decir, gran parte de la población, a raíz de la crisis tiene un poder adquisitivo menor; sin embargo, éstos siguen teniendo necesidades en gran parte parecidas porque ya anteriormente las han cubierto; entonces, los buenos emprendedores que analizan lo que la sociedad demanda, lanzan al mercado empresas como éstas para satisfacer ese nicho de mercado que ahora está sin demanda.

Por ello, es necesario que una marca conozca no solo a su público sino también debe estar atento a nuevas tendencias de mercado que puedan surgir en las cuales, dicha marca pueda entrar; de esta manera, conseguiremos que la marca se mantenga en el tiempo.

Además, hay que tener en cuenta a los *skateholders*, estos serían todos los grupos de interés que rodean a una marca, ya que no solo los dueños participan, sino que además existen

distintos grupos sociales y actores importantes, los cuales tienen un interés en que la marca funcione lo mejor posible. Estos actores de los que hablamos pueden estar implicados con la marca tanto de forma directa como indirecta.

El concepto de *stakeholders* es un anglicismo que significa involucrados, parte interesada o interesados; esta hace tanto a una organización, empresa o persona que tiene interés en otra empresa o organización. Según el *Stanford Research Institute*, serían los “grupos sin cuyo apoyo la organización cesaría de existir”.

La primera vez que se usó este término fue en 1984, por lo que es bastante reciente su uso. Este surgió de la mano de R. Edward Freeman en su libro *Strategic Management: A Stakeholder Approach*.

Edward Freeman señalaba que los distintos grupos de interés como empleados, competidores, proveedores, familia, y el entorno en el que se asienta el negocio resultaban esenciales y debían tenerse en cuenta a la hora de planificar los negocios; ya que, el éxito o fracaso de una compañía dependía en gran parte de ellos y no solamente de los propietarios o dueños del mismo. (Economía simple, 2018).

El *engagement* es otro de los términos que si hablamos de comunicación con *influencers* es necesario explicar; esto sería la capacidad que tiene un producto, ya sea un blog, una marca o una aplicación, de crear con su usuarios unas relaciones sólidas y duraderas generando de esta manera ese compromiso que se establece entre los consumidores y la marca.

Las tácticas que podremos implantar para que esa relación entre consumidor y marca sea lo más duradera en el tiempo y fuerte dependerá de cuánto conozcamos del usuario.

El *engagement* es “la capacidad de la marca para involucrar a la audiencia y crear un compromiso a largo plazo que les acabe llevando a convertirse en clientes e influya de manera positiva en los objetivos de la empresa”. Cardona, L. (2017, Diciembre 14). *Qué es el engagement. (Blog). Recuperado www.cyberclick.es. Acceso el 15 de mayo de 2019.*

Existen muchas formas de medir el *engagement* que tiene una marca, la más usada son las KPI's (*Key Performance Indicator*), ésta es una métrica que determina el índice de desempeño en función de la eficacia y productividad de las acciones que llevemos a cabo en

una marca. Así podremos conocer cuales de las acciones que hemos llevado a cabo, en qué momento y dirigidas a qué público han sido más efectivas; ayudándonos a tomar las decisiones más acertadas a la hora de cumplir con los objetivos marcados para la marca y seguir una estrategia o línea de acción fuerte y sostenible.

Una marca, por ejemplo, puede utilizar la medición del *engagement* para analizar la calidad de los *influencers*, y así poder vincularse con el *influencer* más afín a ella; de esta manera, conseguiremos una mayor repercusión con los seguidores de dicho *influencer*.

2.3. INFLUENCERS

Cuando hablamos de *influencer*, podríamos considerar a toda aquella persona que a través de sus redes sociales; ya sea, Instagram, Twitter, Facebook, Youtube... se sitúa en una posición prescriptora hacia sus seguidores, aportando valor a la comunicación de productos o servicios de la marca con la que trabaja.

La figura del prescriptor no es nueva, sino que ésta ha sido utilizada desde los inicios de la historia de la publicidad como recurso de las marcas para dar a conocer y vender productos o servicios. Sin embargo, a raíz del aumento y generalización de la globalización, esta figura ha ido extendiéndose a través de las comunicaciones entre personas por internet.

En la sociedad actualidad, cualquier persona puede actuar a través de las redes sociales recomendando productos y marcas e interactuando con sus seguidores. Por tanto, a estos individuos a los que se les podría englobar dentro de la categoría de líderes de opinión, ya sea en blogs, redes sociales, plataformas de video como Youtube...; son a los que las marcas recurren para conseguir aumentar el alcance y repercusión tanto de sus acciones publicitarias como de su comunicación de marca o *branding*.

Esta forma de comunicación empresarial hoy en día se conoce como marketing de influencia; la cual, consiste en determinar cuales son los líderes de opinión de una marca. Éstos, permiten conectar a una marca de mejor manera; es decir, de forma más natural con su público objetivo.

Para medir la repercusión que tienen las acciones que se llevan a cabo a través del marketing de influencia podemos diferenciar entre dos técnicas, por un lado estarían las métricas cualitativas y por otro las cuantitativas. Las primeras de ellas, estarían formadas por el *feedback* o retroalimentación, por el interés que el público muestre, por la conexión existente entre la propia marca y los fans de ella y por las interacciones que se obtengan a raíz de un mensaje relativamente influyente.

Las segundas de las métricas, las cuantitativas estarían formadas por el *engagement* que se tenga en las publicaciones, el número de clics obtenidos en los enlaces de las publicaciones y el número de conversiones que se hayan realizado a través de los clics; esto es las compras, registros en la web, blog, etc.; También, tendríamos que tener en cuenta el número de publicaciones en las redes sociales y el blog en caso de que hubiese.

Estos *influencers* consiguen una gran repercusión tanto a nivel nacional como nivel internacional, cada vez son más los que saltan la barrera de repercusión de su país y su presencia se expande mundialmente. Todo ello enmarcado en una generación de jóvenes que el término “nativos digitales” se les queda pequeño, ya que para ellos las “nuevas tecnologías” no es que sean nuevas ni viejas simplemente una realidad de la sociedad en la que estamos actualmente y que a ellos les ha tocado vivir.

Sin embargo, para establecer los cimientos de esta investigación es necesario aclarar el término “nativos digitales”; según Pinilla, R. (2011, p.120), “las personas de una generación reciente que han nacido ya rodeados de un mundo capaz de proporcionarles información como nunca antes había sucedido y de mantenerlos permanentemente conectados entre sí y con la realidad que les rodea”.

Por este motivo, los *influencers* triunfan en las redes sociales, pues saben mejor que nadie conectar con un gran público sin disponer de grandes medios, ya que en Instagram prima de manera exacerbada la forma de ser del propio comunicador, en este caso el *influencer*, que los medios de los que disponga.

El caso del público adolescente; por ejemplo, es muy difícil de comprender para los grandes directivos adultos que normalmente dirigen las marcas. Conseguir llegar a conectar con ellos es todavía mucho más complejo y cambiante, pues hoy en día, los adolescentes se sobreexponen a cantidades inmensas de información ya sea desde las pantallas de móviles, ordenadores, tabletas digitales, etc.

Dicha condición, es la que obliga en cierta manera, a las marcas que se dirigen a este público objetivo a tener en cuenta en su plan de publicidad, comunicación y marketing a trabajar con *influencers*. Pues son ellos los que mejor conocen cómo piensan, qué buscan, lo que está de

moda, etc., en fin, las necesidades que existen en un momento determinado de la sociedad para un *target* concreto.

Además, un público como los adolescentes, que han nacido en una sociedad en la que son completamente nativos digitales, no se gestiona de una manera tan óptima por personas adultas, los cuales, se han adaptado a la tecnología con posterioridad. Todos estos motivos hacen que para una marca sea bueno trabajar con *influencers* pues nadie mejor que ellos conocen la manera de conseguir un impacto mayor y un *feedback* con su audiencia.

2.4. LA ÉTICA EN LA COMUNICACIÓN CON *INFLUENCERS*

Hablar de ética en comunicación es una cosa necesaria puesto que tiene un papel importante y resultaría imposible no reflexionar sobre ella. Según Cuenca, A. (1999, p.13) en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, proclamada y ratificada por las Naciones Unidas se recoge el derecho a la información, “todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; éste derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

Hoy en día mucha gente habla de la escasa ética que tienen algunas marcas; por ello, para que una marca no sea relacionada con eso, tiene que trabajar bien este eslabón mediante acciones estratégicamente llevadas a cabo y sobretodo bien comunicadas, para que el debate ético se traslade a su público.

Como afirma Álvarez, F. (2008, p.16) podríamos decir que la ética “no es un asunto privado que cada uno lo puede decidir de acuerdo a criterios individuales. Pensar en la ética es entrar en escenarios sociales, culturales, políticos y económicos, pero desde referentes muy precisos. La ética es un asunto de muchos. La ética sólo puede ser una exigencia cuando es compartida”.

Pero en la comunicación va implícita la mentira, la manipulación de la información, esto se puede observar en ciertas campañas publicitarias en las que el mensaje que se comunica a la audiencia persuade y convence de que dicho producto o servicio es el mejor. Por tanto, nos encontramos ante esa ambigüedad que produce el debate a la hora de decidir qué es ético y qué no lo es en temas de comunicación.

En las redes sociales, el *influencer* es el comunicador, por tanto éste debe mantener una actitud de respeto y aprecio hacia sus seguidores, teniendo en cuenta que los jóvenes son los que más usan estas aplicaciones y son los más susceptibles de manipulación.

Para conocer si los *influencers* más representativos aplican la ética y la moral en la comunicación con sus seguidores, se va a ejemplificar con algunas de las campañas de mayor repercusión que éstos hayan realizado últimamente.

Una de las mayores campañas de comunicación con *instagrammers* que se ha realizado hasta el momento en España ha sido con Dulceida para la marca Tezenis; la cual, tuvo gran repercusión a nivel nacional debido a que haciendo uso de la publicidad exterior pusieron una imagen suya de tamaño gigante en distintos edificios del centro de ciudades como Madrid, Barcelona o Valencia. A continuación se puede observar dicha campaña expuesta en un soporte exterior como es la lona publicitaria (véase figura 1 y 2).



Figura 1. Lona publicitaria de Dulceida para la marca Tezenis en Barcelona. *Fuente:* vsacomunicacion.com (16/04/2019).



Figura 2. Anuncio publicitario de la *instagrammer* Dulceida para Tezenis en Barcelona. Fuente: losreplicantes.com (16/04/2019).

Xavier Serrano, es uno de los *influencers* masculinos más reconocidos de España, ha trabajado y colaborado para muchas marcas, entre ellas para la venezolana Carolina Herrera junto a otros dos *influencers* y modelos, Biel Juste e Itziar Aguilera. La marca realizó un reportaje fotográfico para la revista Glamour con el título “Sin comida no hay fiesta” y crearon el *#nofoodnparty*.

Con este trabajo la marca quería unir sus dos nuevas fragancias 212 VIP Rosé y Black, con el *claim* “el *after party* más VIP”. Así la marca Louis Vuitton consiguió con esta campaña llegar a un gran público, en total a más de un millón trescientas mil personas que siguen a estos tres *influencers* en Instagram.

A continuación, se puede observar algunas de las fotografías que publicó la revista Glamour de dicha campaña (véase figura 3, 4 y 5).



Figura 3. Anuncio de Xavier Serrano junto con otros *influencers* para la marca Louis Vuitton. Fuente: glamour.es (17/04/2019).



Figura 4 y 5. Anuncios de Louis Vuitton para la campaña de 212 VIP Rosé. Fuente: glamour.es (17/04/2019).

Otra de las campañas con gran repercusión con *influencers* fue la que realizó Louis Vuitton con el *instagrammer* catalán Marc Forné; el cual, ha colaborado con muchas otras marcas de moda. Para esta campaña, Louis Vuitton realizó un reportaje fotográfico publicado por la revista GQ, una revista especializada en tendencias de moda y noticias para un público masculino.



Figura 6. Anuncio de Marc Forné para Louis Vuitton. Fuente: revistagq.com (18/04/2019).



Figura 7 y 8. Anuncios para la marca Louis Vuitton por el *influencer* Marc Forné. Fuente: revistagq.com (18/04/2019).

Sin embargo, no todo es bueno en la comunicación con *influencers*, ya que una marca se puede ver envuelta en cualquier tipo de crisis por culpa de ellos. Por ello, hay que elegir a un *influencer* en que sus valores concuerden fuertemente con la marca. Pero en ningún caso podemos asegurar un riesgo cero cuando realizamos campañas con *influencers* debido a que cada persona tiene una forma de pensar que en redes como Twitter se puede malinterpretado y eso puede llevar a una gran cantidad de sus seguidores a increparla.

Un caso como éste es el que le ocurrió a Aida Domènech, una de las mayores *instagrammers* de España, más conocida en las redes sociales como Dulceida; la cual, fue fuertemente atacada por parte de sus seguidores en abril de 2018 cuando estuvo visitando una tribu Masai Mara en Kenia y subió a su perfil de Instagram un *instastorie* de unos niños pobres de la tribu a los que había hecho feliz regalándoles sus gafas de sol. Muchos de sus seguidores le acusaban de hacer publicidad encubierta y poco ética de su colección de gafas de sol.



Figura 9. *Instastorie* que subió Dulceida a su cuenta de Instagram en su viaje a una tribu Masai Mara en Kenia. Fuente: elplural.com (19/04/2019).

Este acontecimiento no hubiese sido tan comentado si anteriormente, Dulceida y su novia Alba Paul, no hubiesen subido también a su cuenta de Instagram un fotografía en Cape Town (Sudáfrica), disfrutando de un baño en su hotel cuando la ciudad y el país en ese momento estaba pasando una fuerte sequía. Así pues, por estos motivos, Aída Domenech recibió una avalancha de críticas en las redes sociales de personas indignadas por no volcarse más con los problemas que estaban ocurriendo en África.



Figura 10. Fotografía que subió Dulceida a su cuenta de Instagram en su viaje a Cape Town, Sudáfrica. *Fuente:* *diariofemenino.com (19/04/2019).*

Como se puede apreciar, un hecho aparentemente sin importancia como una simple fotografía de unos niños a los que has regalado tus gafas o en la bañera de tu hotel disfrutando de un relajante baño puede llegar a convertirse en un escenario de indignación de gran parte de la comunidad de las redes sociales que en poco tiempo hizo viral la frase: “date una ducha de humildad”.

Finalmente, Dulceida, ante tal escándalo en las redes sociales tuvo que pedir disculpas por haber subido esas fotografías, aludió que desconocía la gran sequía que sacudía a Sudáfrica en aquel momento y que las gafas que regaló a los niños no eran de su colección propia, dejando de esta manera claro, que no tenía ninguna intención de lucrarse con dicha fotografía (figura 9). Así mismo, borró la fotografía que había subido en la bañera y la de los niños al ser un *instastorie* se borra sola al cabo de 24 horas.

Como podemos observar al analizar este caso, cualquier marca que trabaje con *influencers* puede verse afectada por episodios como estos, ya que cada *influencer* sube el contenido que desea a sus redes sociales y aunque procure tener cuidado de no tocar temas peliagudos en la sociedad, cualquier fotografía puede movilizar a sus seguidores y no seguidores y volverse en su contra. Con lo cual, ante un escenario como este o de más gravedad, lo más recomendable para una marca es que se desvincule de la acción que ha hecho dicho *influencer* y valore la decisión de acabar su relación contractual.

Éstos análisis de algunas de las campañas con mayor repercusión en las que las marcas han trabajado con *influencers*, nos ayuda a ejemplificar como por lo general, los actores que forman parte de la comunicación publicitaria siempre intentan actuar de la mejor manera, teniendo cuidado con lo que publican en sus redes sociales, ya que pueden herir a parte de su público, de la sociedad o a algún colectivo en específico.

Pero aún así, las marcas deben mantener una posición previsoras en cuanto a lo que publican los *influencer* con los que se vinculan para no verse expuestos a ninguna crisis de reputación online. Por ese motivo, las marcas no solo deben elegir bien a los *influencers* con los que van vincularse sino también, tener mucha cautela e integridad moral, ya que podrían verse expuestos a una gran presión por parte de los usuarios, ya sean seguidores o no, debido a que en las redes sociales son una herramienta de doble filo.

Como conclusión, no todas las marcas deben trabajar con *influencers* para dar a conocer su marca, esto depende de lo que busque la marca y de la calidad y credibilidad del discurso de dicho *influencer*; por ello, una marca antes de vincularse con cualquier *influencer* es necesario que realice un análisis previo que le permita valorar la repercusión e imagen que va a obtener de dicha relación.

También es preciso ilustrar el caso del *influencer* Ruben Dominguez; el cual, en agosto de 2016 subió a su cuenta de Instagram una fotografía posando en el Campo de Concentración de Auschwitz-Birkenau en Polonia.

Sus seguidores en Instagram se indignaron por su forma tan exagerada de posar ante un recinto como éste en el que murió muchísima gente inocente, delatando en su comportamiento ningún ápice de ética ni de moral. La polémica surgida alcanzó tal repercusión que traspasó las redes sociales e incluso algunos medios de comunicación como El Periódico se hicieron eco de la noticia y tildaron su comportamiento de indecente y poco adecuado.



Figura 11. Fotografía que subió Ruben Dominguez a Instagram en su visita al Campo de Concentración de Auschwitz-Birkenau. Fuente: elperiodico.com (20/04/2019).

CAPÍTULO III - ANÁLISIS EMPÍRICO DE LA PUBLICIDAD DE LOS *INFLUENCERS*

3.1. EJEMPLIFICACIÓN CON *INFLUENCERS*

Una de las maneras de observar como trabajan estos *influencers* con las marcas es analizando sus inicios y lo como han ido labrándose su propio camino dentro de las redes sociales.

Las chicas en el ámbito de la moda es donde más destacan, entre ellas podemos encontrar a numerosas personas como las que aparecen; a continuación, y que las marcas se anhelan por colaborar con ellas.

1. Aida Domènech Pascual (*@dulceida*), Badalona, Barcelona; más conocida en las redes sociales como Dulceida, es una de las *influencers* con más popularidad e influencia en España. En Instagram, la red social en la que más seguidores cuenta, asciende a 2,5 millones; y en su canal de Youtube 2,1 millones de suscriptores. Comenzó con su blog en 2009 y a día de hoy, como se puede observar analizando su repercusión e influencia hacia las marcas ya se ha convertido en toda una celebridad.

Ha trabajado con numerosas marcas de moda, como Dolce & Gabbana, o Tezenis; de maquillaje como Rimmel London o MAC, entre otras. Tiene su propia marca de ropa Dulceida Shop. Y ha creado su. Propio evento anual “Dulceweekend” también relacionado con el mundo de la moda, en él se reúne en colaboración con muchas otras *influencers* y marcas. También, ha sacado su propia línea de perfume llamado “Mucho Amor” y un labial en colaboración con la marca de cosméticos MAC.

En 2016, se inició en el mundo de la televisión con el programa “Quiero ser”; en él, participaba como jurado de la edición dando su propio veredicto a distintos concursantes que aspiraban a convertirse en diseñadores de moda. También, aparición en el desfile de moda del diseñador Ze García, en la 080 Barcelona Fashion!

2. Xavier Serrano (@xserrano9), Barcelona; es un *instagrammer* y modelo español que ha aparecido en varias publicaciones como GQ Korea, Vamp Magazine y Harper’s Bazaar Indonesia. También, ha trabajado como modelo de pasarela para marcas como Dolce & Gabbana Emporio Armani o Givenchy entre otras.

En la red social donde posee una comunidad más grande de seguidores es en Instagram, la cual alcanza los 860.000 seguidores. Xavier a diferencia de otros *influencers* que diversifican su contenido, no dispone de canal en la plataforma de Youtube.

3. Paula Gonzalez Nuñez (@paulagonu), Cornellá de Llobregat, Barcelona. Más conocida en las redes sociales como Paula Gonu, es una de las *influencers* más reconocidas de España junto con Dulceida.

Ha creado su propia marca de ropa online llamada Paula Gonu shop. En Instagram tiene 1,8 millones de seguidores y en la plataforma de videos Youtube supera ya los 1,5 millones de subscriptores. Uno de sus principales éxitos es su espontaneidad a la hora de relacionarse con su público.

4. Jessica Goicoechea (@goicoechea22), Barcelona. Esta *influencer* es muy recocida en el ámbito de la moda, trabaja como modelo para numerosas marcas de alta costura. Tiene su propia marca personal de ropa online, llamada GOI.

Ha participado en desfiles de moda como la 080 Barcelona Fashion! de la mano del diseñador Ze García. En este desfile, el diseñador creativo de la marca José María

García González, quiso reunir en su desfile a varias *influencers* españolas del ámbito de la moda, como Jessica, Dulceida, María Pombo y Laura Escanes.

Jessica comenzó siendo conocida por medio de su blog, el cual lleva su nombre; y cuando abrió su cuenta en Instagram se exacerbó su reconocimiento como *influencer*, superando a día de hoy el millón de seguidores solo en esta red social.

5. Arantxa Cañadas (@arantxa_canadas), Madrid; más conocida entre sus seguidores como Nighthnonstop. Comenzó en la plataforma Youtube, en la cual, tiene a más de 390.000 suscriptores; y más tarde se pasó a Instagram, 174.000 seguidores.

A pesar de que no es una de las *influencers* más conocidas de España, Arantxa colabora con numerosas marcas de moda; incluso, ha sacado su propia marca personal de ropa, llamada Tulle Rouge, especializada en faldas de tul y trajes de novia hechos a medida.

Arantxa empezó con su madre diseñando y creando sus piezas de ropa en un pequeño *atelier* cerca de su casa; sin embargo, a día de hoy, la marca crecido tanto que ha abierto su primera tienda física en la capital.

6. Marc Forné Martín (@marcforne), Argentona, Barcelona. A día de hoy es considerado uno de los *influencers* más influyentes en el ámbito de la moda a través de su Instagram. A diferencia, con otros *influencers*, Marc no dispone de canal de Youtube; sin embargo, en Instagram sobrepasa los 400.000 seguidores.

Trabaja principalmente con marcas de alta costura como Louis Vuitton, Loewe, Calvin Klein o Longines, mostrando sus diseños en sus redes sociales y también, como modelo en pasarelas de moda.

7. Daniel Illescas (@*danielillescas*), Barcelona; se está convirtiendo en todo un gran *influencer* desde que comenzara en Instagram en 2014. En su cuenta posee a más de 768.000 seguidores.

En varias ocasiones ha mostrado a su hermano Joel a través de sus fotos o videos para que este aumentara de seguidores y fuera reconocido entre la comunidad *instagrammer*. También, en los últimos años está trabajando como modelo profesional para varias marcas de ropa.

8. Adolfo Gómez Sempere (@*asempe*), Valencia. Conocido como Asempe en las redes sociales, creó este alias como su marca personal y a pesar de que no es uno de los *instagrammer* más conocidos de España, este valenciano se está haciendo un hueco en el mundo de los *influencers*, al crear su propia marca y blog en el que sube contenido relacionado con la moda. Comenzó en Instagram, actualmente cuenta con una comunidad de 86.000 seguidores.

Colabora con numerosas marcas de relojes, zapatos, ropa y complementos como ONAM, A Day's March o MIKAKUS; los cuales, utilizan las plataformas de internet y las redes sociales para dar a conocer y vender sus productos online. Asempe, suele colaborar asiduamente con diferentes restaurantes y cafeterías de moda tanto en la capital como en Valencia.

9. Izhan (@*izhan_go*), es un *youtuber*, *influencer* y *storyteller* alicantino que comenzó creando un canal principalmente orientado a la fotografía en la plataforma de Youtube, en la que a día de hoy ya cuenta con 279.000 suscriptores. Más tarde, abrió su cuenta de Instagram, en la que tiene más de 214.000 seguidores.

Ha colaborado con numerosas marcas de refrescos e incluso recientemente con el Gobierno de Japón; el cual, le eligió para que mostrara a través de su cámara, el turismo en el país del "Sol Naciente", ya que tanto el contenido principal en sus redes sociales se orienta hacia la fotografía profesional.

10. Francisco García (@kikillovlogs), Almería. Más conocido como Kikillo en las redes sociales, comenzó con su canal de Youtube, Kikillovlogs; el cual, ya supera los 146.000 suscriptores. Y más tarde, se unió a la red social Instagram; en la que ya cuenta con 50.000 seguidores.

A pesar de que Kikillo no dispone de muchos seguidores en Instagram en comparación con los anteriores *influencers*, el almeriense colabora con numerosas marcas mostrando sus productos de todo tipo, tanto en la plataforma de Youtube como en su cuenta de Instagram.

Además, Kikillo dispone de mucha experiencia en el sector de las marcas, ya que trabaja en la agencia digital Keeper Experience; con sede en Madrid; la cual, se dedica a gestionar especialmente la publicidad de *influencers*.

Como podemos observar analizando la trayectoria que han seguido cada uno de estos *influencers*, existen similitudes en la forma de comenzar en este mundo; es decir, todos comenzaron mostrándose públicamente a través de su blog, canal de Youtube o cuenta de Instagram, luego a partir de ahí, fueron creciendo en seguidores y por tanto, haciéndose más conocidos, hasta que las marcas ven en ellos un potencial que explotar en ellos a través de sus productos o marcas.

3.2. FICHA DE ANÁLISIS PARA LOS POSTS DE INSTAGRAM

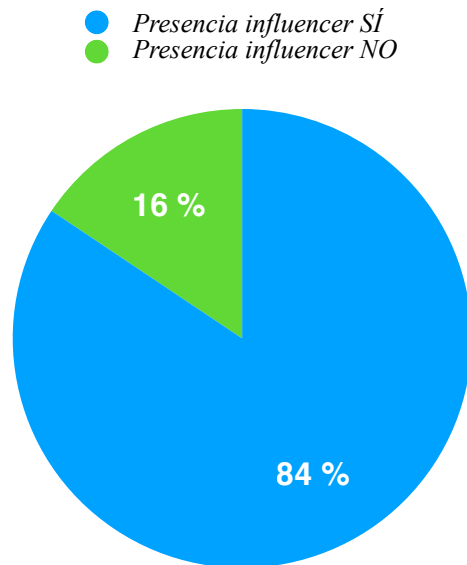
Para realizar este análisis, se va a utilizar la siguiente tabla. Para ello, tomaremos una muestra nacional que sea lo suficientemente relevante en cuanto al número de *influencers*; así pues, ésta estará comprendida por los diez *influencers* analizados anteriormente: (@dulceida, @xserrano9, @paulagonu, @goicoechea22, @arantxa_canadas, @marcforne, @danielillescas, @asempe, @izhan_go, @kikilovlogs), y comprenderá el periodo de los post que hayan compartido en sus respectivas cuentas durante los meses de marzo y abril de 2019.

Tabla 1. Ficha de análisis para post de Instagram. Fuente: Elaboración propia.

	Sí	No
¿Presencia del <i>influencer</i> ?		
¿Presencia del producto?		
¿ <i>Influencer</i> más el producto?		
¿Aparece consumiéndolo?		
¿Varios productos?		
¿Aparece en compañía?		
¿ <i>Copy</i> con <i>emojis</i> ?		
	__ Habla de las propiedades o bondades del producto.	
	__ Lanza una pregunta a la audiencia.	
¿Mensaje que transmite?	__ Concurso de marca.	
	__ No hace alusión al producto en el <i>copy</i> .	
	__ Otros.....	
	__ Mensaje informativo.	
	__ Mensaje alegre, de felicidad.	
¿Tipo de mensaje?	__ Mensaje puramente promocional.	
	__ Mensaje que despierta el interés por el producto o marca.	
	__ Otros.....	

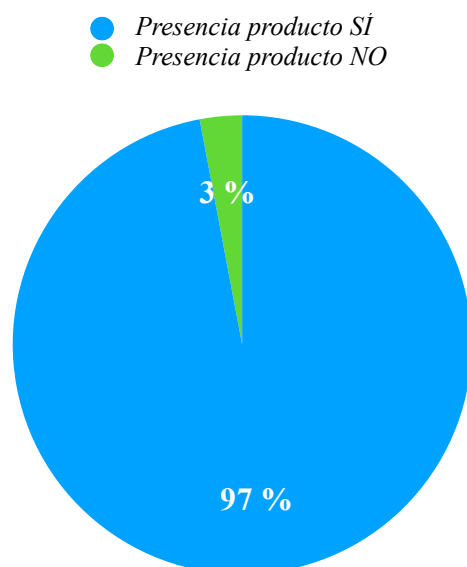
3.3. RESULTADOS EXTRAÍDOS DEL ANÁLISIS

A continuación, se muestran gráficamente los resultados obtenidos tras la realización del análisis de los post subidos por dichos *influencers* durante los meses de marzo y abril en la plataforma de Instagram.



Como podemos observar, en los resultados obtenidos de la realización de dicho análisis, la presencia del *influencer* en los post que sube es de 84% frente al 16% en los que no aparecen. Éste porcentaje es tan alto debido a que en la red social Instagram se premia con más *likes* la presencia del *influencer* o persona como tal.

Figura 12. Gráfico presencia del *influencer*. Fuente: Elaboración propia.



En cuanto a la presencia del producto de la marca que se publicita, en el 97% de éstos aparecía; sin embargo, hay un 3% de los *posts* en los que no. Las marcas prefieren salir en las publicaciones de los *influencers*, pues así se aseguran que su producto llegue a más personas y tenga visibilidad. Hay que detallar que ese 3% de los *posts* en los que no aparece es debido a que la marca haya proporcionado algún servicio como un viaje, etc., en el que no se puede mostrar físicamente.

Figura 13. Gráfico presencia del producto. Fuente: Elaboración propia.

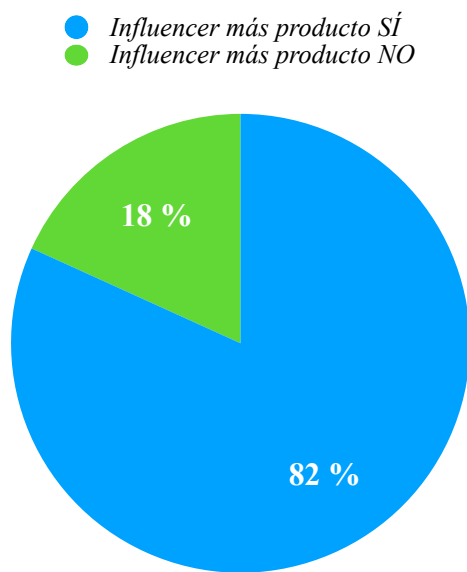


Figura 14. Gráfico *influencer* más el producto. Fuente: Elaboración propia.

El resultado de este gráfico nos ejemplifica como en el 82% del número total de *posts* analizados, el *influencer* aparece en la fotografía subida a su cuenta de Instagram con el producto o marca que publicita; por contra, únicamente en el 18% de los *posts* éste no aparece con el producto o marca con la que colabora. Es curioso observar como en un porcentaje tan alto, las marcas prefieren vincularse visualmente con el *influencer*.

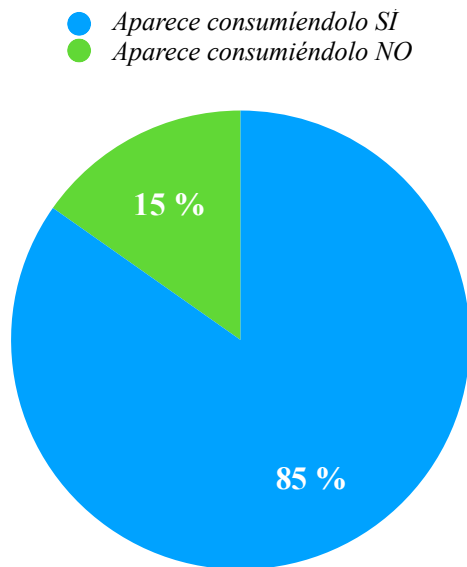
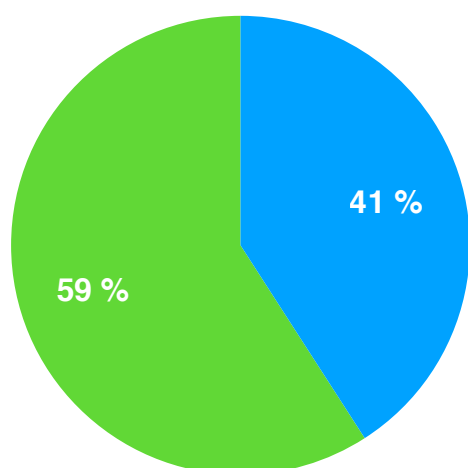


Figura 15. Gráfico consumo. Fuente: Elaboración propia.

Si observamos los datos obtenidos en cuanto a si el *influencer* aparece en la fotografía subida a su cuenta de Instagram consumiendo el producto o servicio que ha etiquetado, podemos ver como la mayor parte de las veces, 85% de los *posts* analizados es así; sin embargo, en un 15% de éstos el *influencer* no consume dicho producto o servicio.

Por lo general, las marcas para dar visibilidad a su producto y que el vínculo con el *influencer* sea mayor buscan que éste aparezca consumiéndolo; pero existen casos en los que simplemente el *influencer* solamente sube una fotografía del producto como tal.

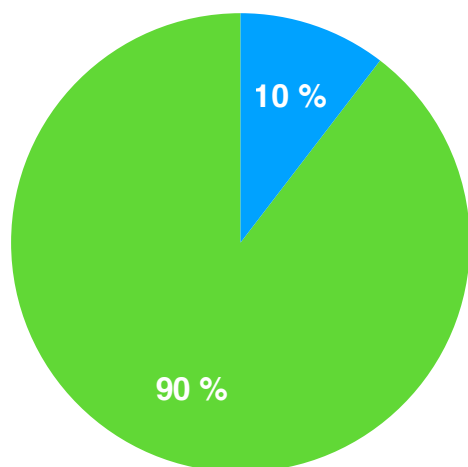
● Varios productos SÍ ● Varios productos NO



Según los datos extraídos del análisis, en referencia a dicha cuestión, observamos como es mayor el porcentaje de veces en las que el *influencer* no colabora con diferentes marcas en una misma fotografía, concretamente este dato alcanza el 59% de los casos; por contra, en el 41% de los *posts* analizados el *influencer* ha etiquetado a varias marcas en una misma fotografía.

Figura 16. Gráfico varios productos. Fuente: Elaboración propia.

● En compañía SÍ ● En compañía NO



Esto nos indica como por lo general, las marcas buscan que su producto se muestre de manera exclusiva; es decir, sin otras marcas que desvíen la atención de los seguidores o del público. Si tenemos en cuenta si el *influencer* aparece solo o en compañía en las fotografías que sube a su cuenta de Instagram nos encontramos que en el 90% de los casos solamente aparece él mismo.

Figura 17. Gráfico compañía. Fuente: Elaboración propia.

Y por tanto, el número de *posts* en los que éste sale acompañado ya sea de otros *influencers* o familia, amigos, etc. únicamente representa el 10% del total analizado.

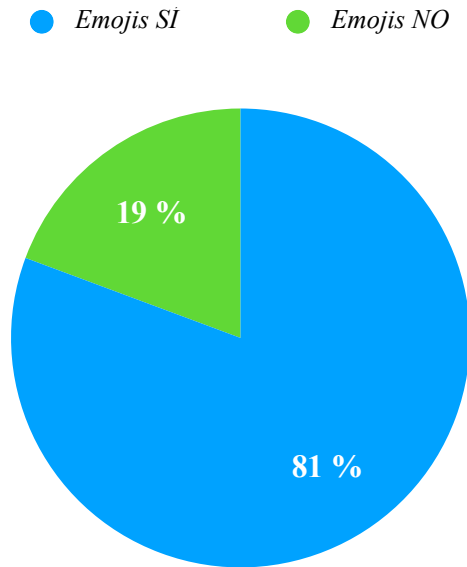


Figura 18. Gráfico emojis. Fuente: Elaboración propia.

Como podemos observar en el gráfico, el uso de éstos ascendió al 81% de los *posts* analizados; sin embargo, hubo un 19% que no incluía ningún *emoji*.

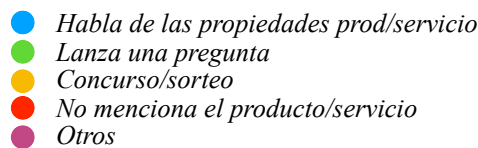


Figura 19. Gráfico mensaje que transmite. Fuente: Elaboración propia.

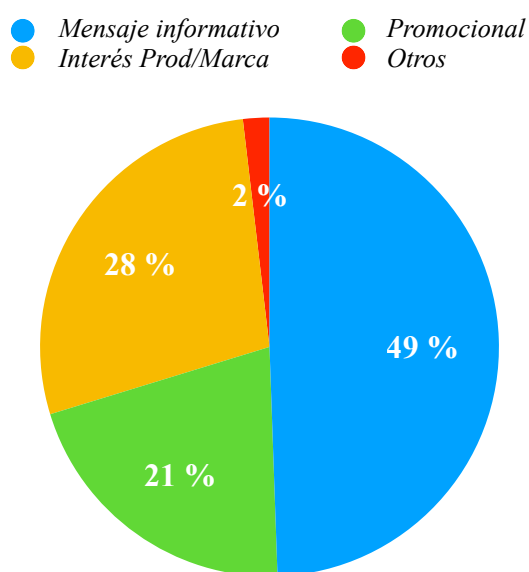
Por lo general, los *influencers* utilizan dicho espacio en cada una de las fotografías que suben para comentar algo a sus seguidores; así pues, podemos ver como en la gran mayoría de los *posts* analizados, concretamente el 67%, el *influencer* no menciona el producto o servicio como tal; esto puede ser debido a que si dicho producto o marca ya aparece visualmente en la

También, se ha analizado si el *influencer* ha añadido *emojis* en el *copy*; éstos, son unos caracteres usados en mensajería instantánea a través de internet, como son las redes sociales, ya que permiten transmitir de forma rápida y sencilla una emoción, una idea o un sentimiento. En la actualidad, su uso es bastante elevado tanto en Instagram como en otras redes sociales.

Éste gráfico nos ejemplifica el resultado obtenido tras analizar el mensaje que el *influencer* transmite a su público. Primeramente, hay que detallar que en el *copy* de cualquier fotografía que se suba a Instagram se puede poder diferentes caracteres, letras, números, *emojis*, *hashtags* y menciones a otros usuarios.

fotografía no es necesario que en el *copy* se haga referencia a ello, ya que lo que buscan las marcas es algo natural.

En el 19% de los *posts* sí que se hace referencia en el *copy* a las propiedades o bondades de ese producto o servicio. En el 9%, el *influencer* lanza una pregunta a su público en relación al producto, como puede ser, ¿qué tal me queda...? o ¿para qué ocasión lo llevarías...?, en el caso de los *influencers* que se dedican a la moda. De esta manera se pretende conseguir una interacción por parte de los seguidores. En el 6% de los casos analizados, el *influencer* realiza un concurso o sorteo en el *post* que sube a Instagram en relación a la marca que publicita en ese momento. Y por último, el 1% corresponde a los *posts* que por diferentes detalles no se pueden categorizar dentro de ninguna de las anteriores opciones.



En cuanto al tipo de mensaje que transmite el *influencer*, en el 49% de los *posts* analizados, el *copy* es informativo.

En el 28% de éstos, se hace referencia en el *copy* de dicha fotografía al producto o la marca que se publicita.

Le sigue muy de cerca el tipo de mensaje promocional, el cual alcanza el 21%.

Figura 20. Gráfico tipo de mensaje. Fuente: Elaboración propia.

Y en el 2% de los casos analizados, el *copy* no se podría categorizar dentro de ninguna de las opciones anteriores. Ese 2% estaría conformado por aquellos *post* en los que el *influencer* o no ha escrito nada o solamente ha puesto *emojis*.

3.4. PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA A INFLUENCERS

A continuación, se muestra la plantilla con las preguntas de la entrevista que se realizó por e-mail a tres *influencers* de España, Rocío Espadat (@rocioespadat), Alexandra Salazar (@redhot.lex) y Yaiza Ferrandis (@yaizaferrandis).

Con la realización de estas entrevistas se quiere analizar que factores llevaron a estas chicas a convertirse en *influencers*, si han pensado en dedicarse en exclusiva a gestionar su trabajo como *influencer* para marcas, conocer como es relación con las marcas, quien va a quien, que les ofrecen, etc.; y por último, conseguir una visión desde su perspectiva de como ven ésta profesión.

ENTREVISTA A:

Buenos días,

Habiendo sido contactado/a previamente por e-mail y dando tu consentimiento aceptaste participar en el trabajo de investigación “Nuevas tendencias de comunicación” del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid.

El fin de dicha entrevista es conocer la relación existente entre los influencers y las marcas, el proceso de trabajo de un influencer, su trayectoria en la red social Instagram, etc.

La información que a continuación proporcionas solamente será utilizada para dicho trabajo de investigación y nunca será difundida a terceras personas ajenas a éste. Por favor, para que las conclusiones que se extraigan se acerquen lo más posible a la realidad, únicamente contesta con información real y segura.

Gracias.

- ¿Cómo comenzaste en el mundo de los *influencers*, qué te inspiró para ello?
- ¿Cómo estructuras el contenido de tus redes sociales?
- ¿En algún momento has pensado en dedicarte en exclusiva a ser creadora de contenido como *influencer*?
- A parte de Instagram, ¿qué otras redes sociales utilizas para estar en contacto con tu audiencia?
- Según tu experiencia, ¿cuáles de ellas destacarías?
- ¿Cuál crees que ha sido la consecuencia de tu éxito como *influencer*?
- ¿Ser *influencer* ha hecho que tu vida cambie? ¿Alguna ventaja o desventaja?
- En relación a la profesión del *influencer*, ¿cambiarías algo de ella?
- ¿Alguna vez pensaste en considerar la profesión de *influencer* como medio o trabajo principal de tu vida?
- Cuando contactan contigo las marcas, ¿qué suelen ofrecerte a cambio como contraprestación?
- Bajo tu perspectiva, ¿cuáles piensas que son los requisitos que debe cumplir un *influencer* para colaborar con una marca?
- ¿Cómo trabajas el tema de la búsqueda de nuevas marcas, son ellas las que se ponen en contacto contigo o sueles ponerte tú en contacto con ellas?
- Cuando comienzas a colaborar con una marca, ¿qué control ejerce la marca sobre ti como *influencer*? Exclusividad de marca, total o parcial libertad de publicación...
- ¿Podrías contarnos cual es tu principal motivación para que aceptes colaborar con una marca?
- ¿Qué crees que busca una marca cuando se pone en contacto contigo? Mejorar su imagen de marca, aumentar ventas, dar a conocer sus productos o servicios...

3.5. CONCLUSIONES DE LAS ENTREVISTAS

Tras la realización de las entrevistas a las *influencers* anteriormente mencionadas, podemos ejemplificar y conocer de una forma más clara cómo se establece una relación entre las marcas y los *influencers*. Éstas, destacan la importancia que tiene para ellas que la marca con la que trabajen sea afín a ellas; es decir, no solo que las guste su producto o servicio, sino también su personalidad de marca. Por tanto, éste es uno de los factores más determinantes e importantes a la hora de aceptar trabajar con ella.

Asimismo, podría decirse que la determinación recae en este factor; el cual, consideran necesario para que a ellos como *influencers*, no se les acuse de personas poco leales a sus valores; uno de las cosas que más se valoran y tienen en cuenta hoy en día en las redes sociales, debido a la gran cantidad de *influencers* existentes.

Además, como afirma Rocío Espadat, las marcas no solo buscan a *influencers* con muchísimos seguidores, sino que para llegar a un público más extenso se ayudan de varios *microinfluencers*, estos serían *influencers* que tienen un alcance mucho más reducido, en torno a los 10.000 seguidores.

Esto pone de valor el papel de los pequeños *influencers* o *microinfluencers*; los cuales, también trabajan con marcas que por lo general, acaban de aterrizar en el mercado y necesitan darse a conocer entre el público; por tanto, quizás a esa marca le recompense más colaborar con diez *microinfluencers* que entre ellos, sus seguidores abarquen unos intereses, estilos de vida y de consumo diferentes y variados, que a un solo *influencer*, el cual, cuente con un gran número de seguidores pero todos ellos con unos interés comunes.

En cuanto a la red social por excelencia destaca Instagram por ser la más visual y a la que más tiempo dedican tanto a un uso personal como profesional. Twitter, Youtube y Facebook, ésta última a nivel más personal, completarían el *pódium* de las más usadas y las que cuentan con un mayor reconocimiento. Otras como Pinterest o 21 Buttons son también bastante conocidas y usadas entre el público joven.

CAPÍTULO IV - CONCLUSIONES

4.1. CONCLUSIONES FINALES

El principal objetivo de cualquier marca es vender, para ello, necesita ser reconocida entre el público al que se dirige, esto lo consigue diferenciándose de sus competidores, teniendo una identidad de marca y unos valores propios bien contruidos. Esto repercutirá en una imagen positiva para la marca tanto para el público consumidor como no consumidor.

Hoy en día, los nuevos cambios y tendencias del entorno provocan que las marcas tengan que adaptarse rápidamente a las tendencias del entorno, del mercado y de los consumidores si quieren continuar manteniéndose en el tiempo. Por ello, si una marca quiere ser reputada es necesario que se realice un plan estratégico de comunicación; el cual, recoja todas y cada una de las acciones que se van a llevar a cabo; de esta manera, conseguiremos conocer lo mejor posible al público al que nos vamos a dirigir.

En la actualidad, las marcas cada vez más buscan trabajar con *influencers* pues han observado en éstos una herramienta muy valiosa para posicionar tanto su producto como su marca. Los *influencers* disponen de un elevado nivel de *engagement* con sus seguidores, lo que provoca que las marcas quieran aprovecharlo.

En la sociedad actual, los *influencers* constituyen una nueva tendencia de comunicación que abarca diferentes ámbitos; en la red social analizada en este trabajo de investigación, Instagram, se ha observado que generalmente las marcas que trabajan con *influencer* pertenecen al sector de la cosmética y de la moda.

Los datos obtenidos tras el análisis de los *posts* de Instagram ejemplifican y ponen en valor el trabajo del *influencer* en la comunicación actual. También, se han analizado otros aspectos como son la tendencia de uso de *emojis* en los *copys* de los *posts* de Instagram; lo cual,

ejemplifica como esto es una práctica bastante común por gran parte de los *influencers* analizados.

Asimismo, las entrevistas realizadas nos aportan una visión más profunda de cómo es el mercado; el cual, no busca solo a los grandes *influencers* sino también a los denominados *microinfluencers*. La ventaja que una marca consigue trabajando con éstos puede ser incluso mayor que si lo hace con un solo *influencer* de elevado número de seguidores, pues de esta manera consigue diversificar y llegar a distintos tipos de consumidores.

Así pues, podemos constatar que una marca siempre debe actuar conforme a sus propios principios, valores y objetivos; ya que éstos serán totalmente diferentes a los de cualquier otra marca. Para conseguir una mayor eficacia en la comunicación, éstos deberán ser detallados y definidos previamente dentro de una estrategia que englobe a todo el plan de comunicación.

En definitiva, la identidad e imagen de marca son unos de los valores más importantes a tener en cuenta por cualquier marca que pretenda ser lo suficientemente competitiva en el mercado actual ya que los consumidores cada vez más demandan que las empresas tengan una excelente reputación y esto se consigue con una buena gestión de todas estas variables de marca además de la gestión eficiente de la responsabilidad social corporativa de dicha marca; por ello, en la actualidad, una de las maneras que las marcas pueden vincular dichos conceptos es mediante los valores de los *influencers*.

5. BIBLIOGRAFÍA

Alvarado López, M. C. y Martín Requero, M. I. (2007). *Nuevas tendencias en la publicidad del siglo XX*. Madrid, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Álvarez, F. (2008). La ética y los medios de comunicación. *Alteridad*, 6-19.

Bassat, L. (1999). *El libro rojo de las marcas*. Barcelona, España: Debolsillo

Batey, M. (2013). *El significado de la marca* (Paula San Martín, trad.). España: Granica. (Obra original publicada en el 2008).

Castelló, A. y Pino (del), C. (2015). La comunicación publicitaria con influencers. *Redmarka UIMA*, 1(14), 21-50.

Cheverton, P. (2007). *Cómo funcionan las marcas* (Ubaldo Iriso, trad.). Barcelona, España: Gedisa. (Obra original publicada en el 2006).

Cuenca, A. (1999). Ética de la comunicación. *Canales de documentación*, (2), 9-19.

Egido, A. (2019). El branding no es una opción. *IPMARK*, 858, 34-35.

Olins, W. (2009). *El libro de las marcas* (Mireia Rué, trad.). Barcelona: Océano. (Obra original publicada en el 2008).

Klein, N. (2011). *No Logo, El poder de las marcas* (Alejandro Jockl, trad.). Barcelona: Paidós. (Obra original publicada en el 1999).

Pinilla, R. (2011). La comunicación de la juventud en los blogs: nuevos diarios para nuevos tiempos. *Jóvenes en(red)ados*, (93), 117-26.

Segarra, J. Y Hidalgo, T. (2018). Influencers, moda femenina e Instagram: el poder de prescripción en la era 2.0. *Revista Mediterránea de comunicación*, 9(1), 313-25.

6. WEBGRAFÍA

Borrás, D. (27 de noviembre de 2017). *GQ*. Recuperado de <https://www.revistagq.com/moda/tendencias/galerias/complementos-college-tendencia-invierno-2017/11060>

Campañas de marketing de éxito con influencers de moda. (27 de diciembre de 2016). *Antevenio*. Recuperado de <https://www.antevenio.com/blog/2016/12/campanas-de-exito-con-influencers-de-moda/>

Cardona, L. (14 de diciembre de 2017). ¿Qué es el *engagement*? *Cyberclick*. Recuperado de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/para-que-sirve-y-que-es-el-engagement>

Carrasco, A. (2007). La sociedad de consumo: origen y características. *Contribuciones a la economía*. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2007a/acr.htm>

Como crear una empresa de productos o servicios personalizados. (24 de noviembre de 2018). *Redacción Emprendedores*. Recuperado de <https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/a78477/crear-empresa-productos-servicios-personalizados/>

Definición de Skateholders. (s.f.). *Economía simple*. Recuperado de <https://www.economiasimple.net/glosario/stakeholders>

Gestión de la marca (s.f.). *Asociación Española para la Calidad*. Recuperado de <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/gestion-de-la-marca>

González, M. (26 de enero de 2019). *Toni Segarra: “Casi todas las marcas intentan transmitir el concepto de simplificar el mundo”*. Recuperado de <https://castellonplaza.com/ToniSegarraCasitodaslasmarcasintentantransmitirelconceptodesimplificarelmundo>

Indignación por una foto de un *instagramer* posando en Auschwitz. (17 de abril de 2018). *El Periódico*. Recuperado de <https://www.elperiodico.com/es/extra/20160826/indignacion-por-una-foto-de-un-instagramer-posando-en-auschwitz-5345035>

La marca (s.f.). *CEF.- Marketing XXI*. Recuperado de <https://www.marketing-xxi.com>

La notoriedad de marca y otros conceptos. (10 de marzo de 2016). *Marketing SGM*. Recuperado de <https://www.marketingsgm.es/la-notoriedad-marca-y-otros-conceptos/>

La publicidad de las marcas del S.XXI se perfila extremadamente emocional. (18 de septiembre de 2013). *Puro Marketing*. Recuperado de <https://www.puromarketing.com/9/18068/publicidad-marcas-siglo-perfila-extremadamente-emocional.html>

Liceras, P. (19 de octubre de 2018). *Comienza el desafío de GeneratorES Coca-Cola: 25 jóvenes conviven 65 horas para ser agentes de cambio*. Recuperado de <https://www.cocacolaespana.es/historias/comienza-desafio-generadores-coca-cola-jovenes-agentes-cambio>

Llosa, X. (21 de noviembre de 2017). La escandalosa cifra que gana Dulceida por publicar una simple foto en Instagram. Recuperado de <https://www.losreplicantes.com/articulos/cuanto-gana-dulceida-instagram/>

Lona publicitaria de Tezenis en Barcelona. (10 de junio de 2018). *VSA Comunicación*. Recuperado de <https://www.vsacomunicacion.com/blog/index.php/lona-publicitaria-de-tezenis-en-barcelona/>

Ortiz, D. (3 de septiembre de 2018). ¿Qué es un *microinfluencer*? *Cyberclick*. Recuperado de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-es-un-microinfluencer>

Puig, C. (19 de octubre de 2017). *Branding, ¿what branding?* *IPMark*. Recuperado de <https://ipmark.com/branding-gestion-estrategica-marcas/>

Razak, A. (s.f.). Diferencias entre la identidad de marca y la imagen de marca. *Branfluence*. Recuperado de <https://www.branfluence.com/diferencias-identidad-marca-imagen-marca/#>

Sin comida no hay fiesta #NoFoodNoParty (14 de febrero de 2018). *Glamour*. Recuperado de <https://www.glamour.es/belleza/cuerpo/galerias/carolina-herrera-vip-212-black-no-food-no-party/13760/image/1056847>

Social media (s.f.). *Reason Why*. Recuperado de <https://www.reasonwhy.es/diccionario/social-media>

“Soy de la generación acordeón: sin ser nativos digitales nos hemos adaptado a los cambios”. (14 de febrero de 2019). *Reason Why*. Recuperado de <https://www.reasonwhy.es/actualidad/entrevista-alejandra-riva-primark-comunicacion-generacion-esic-2019>

7. ANEXOS

ÍNDICE DE ANEXOS

7.1. Entrevista a Rocío Espadat (@rocioespadat).....	50
7.2. Entrevista a Alexandra Salazar (@redhot.lex).....	54
7.3. Entrevista a Yaiza Ferrandis (@yaizaferrandis).....	58
7.4. Capturas de pantalla del análisis de <i>posts</i> de Instagram.....	62

7.1. ENTREVISTA A ROCÍO ESPADAT (@rocioespadat)

- ¿Cómo comenzaste en el mundo de los *influencers*, qué te inspiró para ello?

Empecé prácticamente sin darme cuenta. Siempre me ha gustado compartir contenido, sobre todo a la hora de viajar. Además, el hecho de haber estudiado comunicación de moda y belleza ha hecho que más gente se interese por mis publicaciones. Cuando comencé en Instagram tenía la cuenta privada y me limitaba a darle un uso meramente personal. Un día decidí hacerla pública y más tarde me animé a incluir el email en la biografía. Poco a poco me empezaron a llegar propuestas e incluso me escribía gente que compartía los mismos gustos.

- ¿Cómo estructuras el contenido de tus redes sociales?

No sigo un patrón establecido dentro de mi *feed*, la verdad es que comparto lo que me apetece en cada momento pero lo que sí que intento es tener una variedad de publicaciones. Es decir, que tanto las publicaciones en el *feed* como en las historias no resulten monótonas (exceso de *selfies*, publicaciones del mismo tema y características...).

- ¿En algún momento has pensado en dedicarte en exclusiva a ser creadora de contenido como *influencer*?

Últimamente es algo que se me pasa bastante por la cabeza ya que cada vez es mayor el número de productos que me mandan las marcas pero por otro lado ser *influencer* requiere ser autónoma y esto sí que es algo que me echa para atrás. Supongo que el tiempo lo dirá.

- A parte de Instagram, ¿qué otras redes sociales utilizas para estar en contacto con tu audiencia?

Antes utilizaba Twitter con bastante asiduidad, de hecho una gran cantidad de seguidores provienen de esta red social, sin embargo acabé cerrando la cuenta debido a que los usuarios de esta plataforma suelen ser en su mayoría bastante susceptibles ante cualquier opinión. También suelo utilizar Facebook pero solo dirijo esta red hacia un ámbito más personal.

- Según tu experiencia, ¿cuáles de ellas destacarías?

Pinterest y Passporter me parecen dos redes sociales bastante ricas en cuanto a contenido. Aunque sí que es verdad que no ofrecen tanto contacto directo como Instagram o Facebook, resultan muy inspiradoras.

- ¿Cuál crees que ha sido la consecuencia de tu éxito como *influencer*?

Creo que ha sido la cercanía y naturalidad. El mundo *influencer* cada vez se está volviendo más competitivo, cada vez son más las personas que por tener cierto número de seguidores se creen más que el resto e incluso tratan de pisotear a los demás para prevalecer sobre ellos y así llamar la atención de las marcas. La informalidad con la que empezó Instagram se está perdiendo en la mayoría de los casos y esto es algo que la audiencia tiene en cuenta.

- ¿Ser *influencer* ha hecho que tu vida cambie? ¿Alguna ventaja o desventaja?

Mi vida sí que ha cambiado a pesar de que no cuente con un número masivo de seguidores. Aunque actualmente subo el contenido que quiero, sí que es verdad que me privo a la hora de publicar ciertas cosas y personas de mi vida privada, así como evito subir contenido cuando salgo de fiesta. Ser *influencer* tiene tanto ventajas como desventajas. Las redes sociales te ofrecen contacto directo, cercanía y experiencias pero también hacen que tu vida quede expuesta, dando pie a que se especule de ti tanto para bien como para mal.

- En relación a la profesión del *influencer*, ¿cambiarías algo de ella?

Cambiaría sin duda la percepción que tiene la gente sobre esta profesión. Muchas personas piensan que ser *influencer* no es un trabajo e incluso se nos infravalora. Las redes sociales también son publicidad, son marketing y son un trabajo como cualquier otro. En la mayoría de los casos detrás de cada publicación hay un por qué y un trabajo detrás.

- ¿Alguna vez pensaste en considerar la profesión de *influencer* como medio o trabajo principal de tu vida?

Sinceramente no. Yo empecé estudiando traducción e interpretación y fue cuando acabé la carrera cuando me di cuenta de que lo que realmente me gustaba era la comunicación. Las redes sociales siempre me habían gustado pero hasta ese momento no me di cuenta de que además eran una forma de vida.

- Cuando contactan contigo las marcas, ¿qué suelen ofrecerte a cambio como contraprestación?

Sí y no. En la mayoría de los casos las marcas te contactan únicamente para enviarte sus productos y así obtener visibilidad. Sin embargo, cuando una marca te envía su producto y quiere que guardes exclusividad sí que existe algún tipo de remuneración o descuento. Depende de la notoriedad de cada marca y del tiempo que lleve en el mercado.

- Bajo tu perspectiva, ¿cuáles piensas que son los requisitos que debe cumplir un *influencer* para colaborar con una marca?

Sentirse identificado con la marca y compartir los mismos valores. Los seguidores sí que son un punto importante pero de nada sirve tener una gran cantidad de audiencia si ni la marca ni el producto se ajusta a tu contenido. Puede resultar hasta incómodo.

- ¿Cómo trabajas el tema de la búsqueda de nuevas marcas, son ellas las que se ponen en contacto contigo o sueles ponerte tú en contacto con ellas?

La verdad es que hay de todo. La mayoría de productos me los envían marcas o plataformas de marketing pero yo por mi parte me encargo de escribir a marcas afines a mí, sobre todo si están empezando en el mercado.

- Cuando comienzas a colaborar con una marca, ¿qué control ejerce la marca sobre ti como *influencer*? Exclusividad de marca, total o parcial libertad de publicación...

En la mayoría de los casos la marca suele darte total libertad para crear contenido aunque sí que es verdad que te dan “sugerencias de presentación”, así como “te recomiendan” que subas cierto tipo de publicaciones.

- ¿Podrías contarnos cual es tu principal motivación para que aceptes colaborar con una marca?

Si me gusta la marca, me siento identificada o si entra en mis planes adquirir sus productos la acepto. También tengo en cuenta si el contenido encaja o no en lo que suelo publicar.

- ¿Qué crees que busca una marca cuando se pone en contacto contigo? Mejorar su imagen de marca, aumentar ventas, dar a conocer sus productos o servicios...

Hoy por hoy creo que las marcas buscan dar a conocer sus productos ya que así consiguen tanto mejorar su imagen de marca como aumentar sus ventas. Las marcas cuentan con *microinfluencers* para establecer un vínculo más cercano con su público y así hacer que cualquier persona se sienta identificada.

7.2. ENTREVISTA A ALEXANDRA SALAZAR (@redhot.lex)

- ¿Cómo comenzaste en el mundo de los *influencers*, qué te inspiró para ello?

Comencé de una forma muy sencilla, mostrando la diversidad sexual junto a mi pareja, también nos abrimos un canal conjunto de Youtube en el que pudiéramos mostrar la realidad del colectivo LGTB, tratar temas relacionados, dar consejos y apoyo, normalizar la situación, concienciar a la sociedad, hablar sobre el bullying, etc. En resumen, mostrarnos tal cual somos, orgullosas de pertenecer al colectivo LGTB, con respeto pero con un cierto tono reivindicativo.

- ¿Cómo estructuras el contenido de tus redes sociales?

Antes sí lo planificaba mucho, pasaba bastante tiempo pensando los títulos de las fotografías que subía a Instagram, en seguir una misma gama cromática, etc.; al principio era más constante de lo que soy ahora.

- ¿En algún momento has pensado en dedicarte en exclusiva a ser creadora de contenido como *influencer*?

Como tal no, prefiero crear contenido para marcas, revistas, etc., que exclusivamente sobre mí. El hecho de que mi vida esté tan expuesta en las redes sociales, teniendo que dar siempre buena imagen, puede hacer que a veces acabe un poco con el día a día. Hay que saber tener los pies en el suelo ya que las redes sociales te pueden alejar de la realidad.

- A parte de Instagram, ¿qué otras redes sociales utilizas para estar en contacto con tu audiencia?

Principalmente Instagram, ya que fue la primera red social donde comencé y después destacaría Youtube, en estas dos tengo perfil público. Sin embargo, Facebook y Twitter las utilizo solamente a modo personal.

- Según tu experiencia, ¿cuáles de ellas destacarías?

Para subir contenido propio Instagram sin duda, ya que es muy fácil y rápido, en comparación con Youtube, que la utilizo más para ver contenido de otros *influencers*, coger ideas, estar al día sobre temas que me interesen, etc.

- ¿Cuál crees que ha sido la consecuencia de tu éxito como *influencer*?

Umm..., no soy consciente de cuando comencé a tener una gran cantidad de seguidores. Simplemente empecé a subir contenido regularmente, creo que también influyó los temas que trato. A día de hoy, me he distanciado un poco de los seguidores en las redes sociales por la gran cantidad de gente que me sigue.

- ¿Ser *influencer* ha hecho que tu vida cambie? ¿Alguna ventaja o desventaja?

Cambiar como tal no demasiado, yo sigo haciendo la misma vida que antes, pero sí que siento que ser reconocida ha hecho que me hayan ofrecido más oportunidades tanto profesionales como de ocio gratuito que si no hubiese sido conocida; por ejemplo, a día de hoy, lo más llamativo ha sido haber podido participar en grandes eventos de marcas, fiestas en yates para grabar algún spot aquí en Valencia, entradas gratuitas a festivales, etc.

- En relación a la profesión del *influencer*, ¿cambiarías algo de ella?

Sí, principalmente la forma tan fría de mostrar las cosas, tratar determinados temas..., ya que al final, un *influencer* habla a un gran público que no conoce y aunque intentemos parecer cercanos es técnicamente imposible por la gran cantidad de seguidores.

- ¿Alguna vez pensaste en considerar la profesión de *influencer* como medio de trabajo principal en tu vida?

Yo no porque tengo otras prioridades en la vida, pero sí es cierto que siguiendo unas pautas determinadas como crear un buen contenido regularmente, que se diferencie de otros *influencers*, en Instagram y Youtube que son las dos redes sociales más principales puedes llegar a tener muchos seguidores y ganar dinero.

- Cuando contactan contigo las marcas, ¿qué suelen ofrecerte a cambio como contraprestación?

Pues depende de lo que pactes con la marca en cuestión, puede ser desde el producto o servicio únicamente, dinero, a ambas cosas.

- Bajo tu perspectiva, ¿cuáles piensas que son los requisitos que debe cumplir un *influencer* para colaborar con una marca?

Ha de tener *feedback* con su público, que le preste atención igual que ellos le prestan al *influencer*, una buena imagen, contenido de calidad, valores que coincidan; en definitiva, que sean afines a la marca.

- ¿Cómo trabajas el tema de la búsqueda de nuevas marcas, son ellas las que se ponen en contacto contigo o sueles ponerte tú en contacto con ellas?

Son las marcas las que se ponen en contacto conmigo. Sé que hay agencias de colocación que se dedican a poner en contacto a *influencers* con marcas en relación a lo que busque cada una, pero a día de hoy no las he usado.

- Cuando comienzas a colaborar con una marca, ¿qué control ejerce la marca sobre ti como *influencer*? Exclusividad de marca, total o parcial libertad de publicación...

A mí nunca me han puesto ninguna condición en cuanto a exclusividad de marca. Yo suelo preparar varias opciones de diseño, se las enseño a la marca y es ella la que elige cual quiere que publique. Si me piden un video igual, grabo uno al ser más costoso de editar, y se lo paso a la marca antes para que de el visto bueno, casi siempre las correcciones son mínimas.

- ¿Podrías contarnos cual es tu principal motivación para que aceptes colaborar con una marca?

Mi principal motivación es la satisfacción a la hora de colaborar con las marcas, ya que me permite crear contenido colaborando con lo que me identifico, y eso me hace feliz, algo que considero primordial para trabajar, no solo como influencer sino de cualquier cosa.

- ¿Qué crees que busca una marca cuando se pone en contacto contigo? Mejorar su imagen de marca, aumentar ventas, dar a conocer sus productos o servicios...

Yo creo que lo que busca una marca a parte de que se la relacione con ese *influencer*, son los valores de dicho *influencer*; por ejemplo, si un *influencer* trata en las redes el tema de la ecología y una marca quiere vincularse con esos principios, buscará trabajar con él y no con otro *influencer*.

7.3. ENTREVISTA A YAIZA FERRANDIS (@yaizaferrandis)

- ¿Cómo comenzaste en el mundo de los *influencers*, qué te inspiró para ello?

Comencé abriéndome con un grupo de amigas un canal en Youtube al que subíamos videos de poesía, pero actualmente ya no subimos nada, quedó inactivo. Luego, con el auge de las redes sociales me abrí mi cuenta de Instagram y ahí es donde considero que sería mi primer contacto como *influencer*.

- ¿Cómo estructuras el contenido de tus redes sociales?

Lo planifico en función de la gama cromática que me guste en cada momento, hay meses en los que todo el contenido que subo a Instagram sigue una misma gama de colores como puede ser los colores pastel, otros en los que cambio a tonos más vivos, etc. Pero en general, no tengo un plan establecido, sino que subo en función de lo que me va gustando.

- ¿En algún momento has pensado en dedicarte en exclusiva a ser creadora de contenido como *influencer*?

Sí, pero mi prioridad ahora mismo es terminar la universidad y ésta no me deja mucho tiempo libre para crear más de lo que hago. He barajado la posibilidad de subir contenido de diseño de interiores, que es lo que estoy estudiando, pero aún no lo he llevado a cabo.

- A parte de Instagram, ¿qué otras redes sociales utilizas para estar en contacto con tu audiencia?

Yo la que más utilizo es Instagram pues es la que más me gusta, la consulto en cualquier rato libre que tenga. También utilizo mucho Youtube y 21 Buttons, en ésta última comencé a subir contenido este año. Y Facebook solamente la uso a nivel personal.

- Según tu experiencia, ¿cuáles de ellas destacarías?

Claramente Instagram, ya que es la que más me apasiona, gran parte del tiempo que dedico a las redes sociales lo empleo en Instagram. La utilizo para ver tendencias e inspirarme, tanto en decoración, interiorismo como en moda y complementos, viajes, etc.

- ¿Cuál crees que ha sido la consecuencia de tu éxito como *influencer*?

No estoy segura, simplemente me comenzó a seguir cada vez más gente que no conocía, no fui consciente hasta que no llegué a tener cierta cantidad de seguidores y las marcas me empezaron a contactar.

- ¿Ser *influencer* ha hecho que tu vida cambie? ¿Alguna ventaja o desventaja?

En gran parte no, las veces que me han invitado a fiestas o eventos de marcas he acudido si me gustaba lo que me proponían y si tenía tiempo, ya que la universidad consume bastante tiempo de mi día.

- En relación a la profesión del *influencer*, ¿cambiarías algo de ella?

Sí, quizás la relación y la forma de comunicarme con mis seguidores ya que ésta es bastante simple y corta, no llegas a conocer a fondo a ninguno de ellos. Aunque yo suelo intentar dar un *feedback* a los seguidores que me comentan o me envían mensajes privados hay veces que es imposible y te dejas llevar solo por el número de seguidores y de *likes*.

- ¿Alguna vez pensaste en considerar la profesión de *influencer* como medio de trabajo principal en tu vida?

Por ahora no porque estoy terminando la universidad, pero sí que es algo que se me ha llegado a pasar por la cabeza. Como he explicado anteriormente, tengo algún proyecto en mente mezclando el interiorismo con las redes sociales.

- Cuando contactan contigo las marcas, ¿qué suelen ofrecerte a cambio como contraprestación?

Según la marca, hay veces que me contactan y solo me ofrecen dinero y otras veces, además de dinero también me regalan el producto. Es muy frecuente que las marcas te regalen el producto.

- Bajo tu perspectiva, ¿cuáles piensas que son los requisitos que debe cumplir un *influencer* para colaborar con una marca?

Tener un *feedback* con tus seguidores, es importantísimo, pues si la gente no conecta contigo, te van a dejar de seguir. Luego vas viendo que contenido funciona mejor y cual peor, y es ir adaptando tus gustos a lo que se lleva en ese momento.

- ¿Cómo trabajas el tema de la búsqueda de nuevas marcas, son ellas las que se ponen en contacto contigo o sueles ponerte tú en contacto con ellas?

Son ellas las que me contactan a mí, principalmente porque no tengo el tiempo necesario para buscar marcas que sean afines a mí, escribirlas y todo lo que ello conlleva; pero sin embargo, es una cosa que no descarto hacer algún día.

- Cuando comienzas a colaborar con una marca, ¿qué control ejerce la marca sobre ti como *influencer*? Exclusividad de marca, total o parcial libertad de publicación...

Yo nunca he aceptado la exclusividad de ninguna marca porque no me gusta que coarten mi libertad sobre algo que es mío; sin embargo, a veces una marca si que me ha pedido que borre alguna cosilla, pero por lo general, no lo acepto a no ser que sea algo muy concreto y justificado.

- ¿Podrías contarnos cuál es tu principal motivación para que aceptes colaborar con una marca?

Creo que lo principal es tener mucha afinidad con esa marca, informarte y ver qué vende, que te guste, etc. Para mí es imprescindible conocerla primero y lo que me ayuda a decidirme si colaborar con ella o no.

- ¿Qué crees que busca una marca cuando se pone en contacto contigo? Mejorar su imagen de marca, aumentar ventas, dar a conocer sus productos o servicios...

Yo pienso que cuando una marca contacta a un *influencer* lo que busca es darse a conocer en las redes sociales, ganando seguidores para luego después, vender muchos más productos o servicios.

7.4. CAPTURAS DE PANTALLA DEL ANÁLISIS DE POST DE INSTAGRAM

Dulceida (@dulceida):



dulceida • Seguir
Juliana Paris

dulceida After @rochasofficial No etiqueto al fotógrafo porque no se quien la hizo, la he encontrado gracias a una preciosa (mi C.S.I @apalategul23)! #pfw

Cargar más comentarios

nagore_robles Lookazo 🤩🤩

lau7447 Me fascinas 🤩

kimoad3 El próximo libro con algunos beneficios para ti y tus amigos ---- 🤩🤩

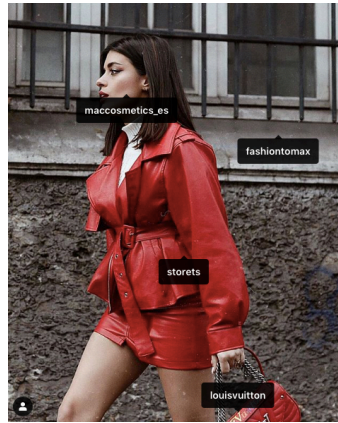
Facebook: Overflow Initiative <https://www.facebook.com/lovejoynspire>

dulceidamygirlr Fhjdbbejje 🤩

86,943 Me gusta

1 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir

dulceida No podía faltar mi outfit rojo 🤩🤩
Maquillaje para el desfile de #isseymiyake by @baltasaroficial @maccosmetics_es #pfw 🤩🤩 @bigfede1 Buenas noches preciosos 🤩

Cargar más comentarios

capuli_@96alita

96alita @capuli_ me encanta 🤩

estree1g10 @laurag_19 por pedir puedo pedir 🤩🤩

paauulaa_ 🤩🤩🤩🤩🤩🤩🤩🤩🤩🤩

88,229 Me gusta

1 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir
Juliana Paris

dulceida Today 🤩 Me vestiría todos los días con trajes de diferentes colores y estilos, nada nuevo 🤩 Este boom naranja es de @msgm x @luisaviaroma #pfw @hoteljulianaparis

Cargar más comentarios

bristartv Dios mío que estilo 🤩, que flow 🤩 que pikete 🤩 tiene esa preciosura 🤩

weloveretail Love it! 🤩

larisvam @melissa_garcia

fresalendra Preciosa 🤩

87,956 Me gusta

2 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir
Paris, France

dulceida Dreams come true 🤩 Los que me conocéis mucho sabéis que mi firma favorita siempre ha sido @balmain y poder lucir sus diseños es un sueño, como este vestido 🤩 @olivier_rousteing 🤩 Temazo -

Personas etiquetadas

- kcdworldwide KCD
- olivier_rousteing OLIVIER R.
- balmain BALMAIN

162,493 Me gusta

3 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir
Juliana Paris

dulceida Feeling like an 🤩 in @balmain 🤩 Makeup @alex_saint 🤩 #pfw

Cargar más comentarios

enriquesandoval.hair 🤩🤩🤩🤩🤩🤩

enriquesandoval.hair 🤩🤩🤩🤩🤩🤩

rijojohsnn Adoro el Outfit 🤩🤩🤩🤩

rijojohsnn 🤩🤩🤩🤩🤩🤩

125,638 Me gusta

4 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir

dulceida Hace 10 años cuando empecé, jamás me habría imaginado en esta situación, un sueño hecho realidad. Conocer a @olivier_rousteing y vestir con sus diseños 🤩 Cercano, inspirador, divertido y creativo. Me siento súper afortunada! Año tras año creciendo a nivel personal y profesional 🤩 @balmain 🤩

Cargar más comentarios

paulina_rsanchez 🤩🤩

alypecaca Felicidades por tus logros! 🤩

martinandvalentina Uauu! 🤩 @martinandvalentina

weloveretail Great! 🤩

106,615 Me gusta

5 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir

dulceida GALICIA, POR FIN!!! El próximo lunes a las 18.30h estaré en A Coruña en una de las tiendas de @tezenisoficial 🤩 Para poder venir sólo tenéis que acercaros mañana a la tienda de Tezenis (Rúa Juana de Vega 2) y recoger la pulsera que os dará acceso (2 por persona). La tienda abre a las 10h y allí os darán toda la info que necesitéis. Me muero de ganas de conoceros y que pasemos un rato juntos, QUE EMOCIOOOON! 🤩

Cargar más comentarios

roslineira @franssao dice que te espera allí para hacerte la competencia

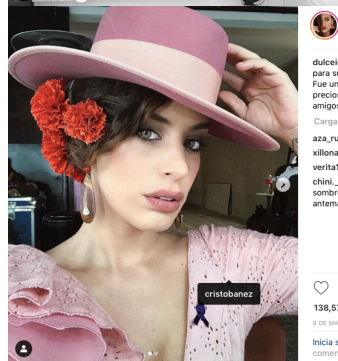
silvianoyapoll1 Yo iba a ir pero se acabaron las pulseras 🤩🤩🤩🤩🤩🤩

isa_r0la Tengo una pulsera x si alguien d Coruña quiere venir que mi acompañante

94,135 Me gusta

6 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir
El Rocio, Andalucía, Spain

dulceida Así de 🤩 me puso @cristobanez para su desfile #infinituena, te quiero 🤩 Fue un placer, una colección increíblemente preciosa! Además, rodeada de familia, amigos y preciosos 🤩

Cargar más comentarios

isa_rubia Menuda cara de susto xilena Espectacular

verita183 Bontti 🤩🤩

chini_ta Dónde puedo conseguir un sombrero como ese? Gracias de antemano.guapo 🤩

138,574 Me gusta

9 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

dulceida • Seguir

dulceida Feliz por poder lucir los diseños de mi amigo @cristobanez y subirme a la pasarela 🥰 Eres arte mi amor 🥰 Han sido unos días increíbles en el Rocío, gracias a todos!! Y no me creo este forón @carmelajason 🥰 #INFLUENCIA by #Cristobañez

Cargar más comentarios

anagutierrez_ro Que pinche hermosa 🥰
 verita183 Que bonitos 🥰
 visitaalmeria Andalucía 🥰
 juanguierrez2017 🥰

114,769 Me gusta

10 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

dulceida • Seguir

dulceida Me encanta esta foto que me hizo mi @raquelibiz en un segundí 🥰 #INFLUENCIA by @cristobanez 🥰

Cargar más comentarios

nelvyy_ct guapa 🥰
 paaaulaa 🥰
 am5082032 Que diba 🥰
 lucia_navarrodqe LO MÁS 🥰

82,838 Me gusta

11 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

dulceida • Seguir

dulceida París y el vestido de mis sueños 🥰 Estas semanas vienen muy cargaditas, proyectos muy 🥰 y nuevos retos! Desearo contaros todo todit! OS ADORO 🥰

Cargar más comentarios

zaidadn96 preciosa que vestido tan bonito quiero uno 🥰
 roicorner Me encanta 🥰

162,777 Me gusta

12 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

dulceida • Seguir

dulceida Super makeup para el rodaje de hoy @maccosmetics.es 🥰 Ganas de que veáis poco a poco todo lo que estamos haciendo, que es mucho y es 🥰 Y ahora, con mi bebe de vuelta a casa!

Cargar más comentarios

malarraemanele 🥰
 rnmneec31 Impresionante 🥰
 onintz89 Divina como siempre 🥰
 luiciagarcia @richari aquí parecez tu 🥰

183,959 Me gusta

15 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

dulceida • Seguir

dulceida Adoro los domingos en Barcelona 🥰

Cargar más comentarios

dany_lovers15 Te adoro belis 🥰
 thalicacherehille Belleza de mujer y belleza de cámara 🥰
 volvocares Domingo soleado, Barcelona y el #VolvoXC40 en buena compañía. ¿Qué más se puede pedir, @dulceida?
 mariargarcia15 @violetal2 yo en mi coche cuando tenga coche jejeje

115,079 Me gusta

24 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

dulceida • Seguir

dulceida 🥰

@w_barcelona 🥰

Cargar más comentarios

karen_ebri 🥰
 karen_ebri Reina 🥰
 leticiacerdanherandez 🥰

128,236 Me gusta

25 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

dulceida • Seguir

dulceida Polaroid 🥰 @tezenisoficial #hellokittezenis 🥰 Hoy la cosa va de Kitty, a las 20h lo entenderéis jaj 🥰

Cargar más comentarios

gabriela_bravet Bella t amo
 trendialaw Bonita 🥰
 bbrayanbatista Que bebe más hermosa 🥰
 rximalegend 🥰

61,337 Me gusta

20 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

dulceida • Seguir

dulceida Adés Madrid, nos vemos muasuy pronto 🥰 Prendas favs del momento 🥰

Cargar más comentarios

mariapiotroperez5
https://www.instagram.com/p/BvJ0xyVtmaw1-7UKPW?mKvC=0&gaf=0&utm_source=ig_share_sheet&igshid=19c19628jpxrt ya estan abiertas las votaciones de mis grand nueva temis que darle like a la foto q mi foto sino compartierais me hariais un gran favor
https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=5871671820268id=329499134215498 y este es para facebook temis que dar me gusta a la pagina y me gusta a mi foto gracias
 marta_matg Eres un ejemplo a seguir 🥰
 estefaniagomez94 @marjesm el bolso q te

88,802 Me gusta

22 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

dulceida • Seguir

dulceida Per suerte, mi trabajo me permite volar, en todos los sentidos. Cuando vuelo sola, aprovecho para darme esas horas para mí. Pienso mucho, imagino y sueño. Hoy muy cansada, después de un día muy productivo y precioso, a pesar de estar enferma y sin poder dar el 100%, pienso en lo afortunada que soy. Lo tengo todo para ser feliz lo soy. Amor, dos familias, amistad y el trabajo de mis sueños. Soy muy exigente conmigo misma, no me permito fallar y a veces pienso que no doy todo de mí. Al fin y al cabo, aunque soy muy afortunada, soy humana y tengo mis inseguridades y mis debilidades. Esto solo es una reflexión que me apetece compartir con vosotros, ya que nada ni nadie es perfecto, que todas las personas nos equivocamos, floreamos, nos caemos... Pero al final está en nosotros en nuestros

85,299 Me gusta

27 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

dulceida • Seguir

dulceida Red 🥰 Ya estoy de vuelta 🥰 Mucho mejor y con toda la energía! Tenía este vestido desde hace un montón y ya no podía estar más en el armario 🥰

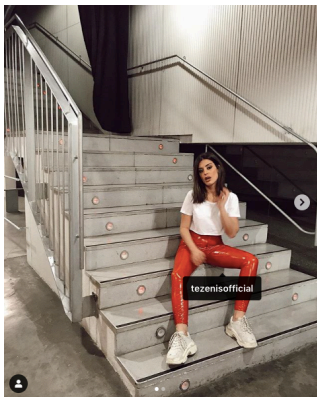
Cargar más comentarios

ramontosasc Me gusta
 mounir_mouniry 🥰
 juanguierrez2017 🥰

92,574 Me gusta

30 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir
Madrid, Spain

dulceida Sábado de concierto 🎸🔥

Cargar más comentarios

mariube86 @rirarios 🤔🤔🤔🤔🤔🤔 sí

weloveretal Great! 🙌

irinaguzman09 @laurinc ella es española! brandalizperera Te puedo preguntar algo.Q marca son tus zapatos?

109,021 Me gusta

30 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir

dulceida Strong, sweet, brave, powerful... YES, #YesIAm 🙌 @cacharelparfums #Pinkfirst 🌸

Cargar más comentarios

caarmenzas_Q divaza 🤔🤔🤔🤔🤔🤔

danielacmarquezz Preciosisiiimaas 🤔🤔

whityk 🤔🤔🤔🤔🤔🤔

dulcesfiestasdecoraciones 🤔🤔

69,096 Me gusta

4 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir

dulceida Madrid, me gustas mucho! Solo falta la bebe en nuestro pisito para que sea perfecto 🏠 Total look: @leftiesofficial #inlefties #ad

Cargar más comentarios

pontjulia ya se recuperará, bonita pareja 🤔🤔

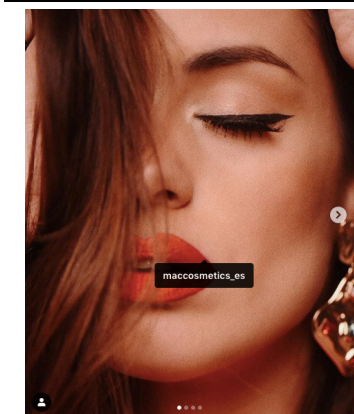
jorriroz 🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔

nealcaffrey100 Te gustaría tener un cñviente? 🤔🤔

85,898 Me gusta

5 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir

dulceida ¿Quién dijo mate? 🙌 #KISSmeMATE #KISSmeMAC @maccosmetics_es fotones @albertmullor

Cargar más comentarios

maria_villeda.09 Guapísima 🤔🤔🤔🤔🤔🤔

maria_villeda.09 🤔🤔🤔🤔🤔🤔

ohhmyring Beautiful!

nicolasgalvezdolores Bonita

105,207 Me gusta

8 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir

dulceida Día libre 🏠 Cómoda y felisssss

Cargar más comentarios

ellaahistorias 🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔

ssaralama tu sudadera @yeabserat5

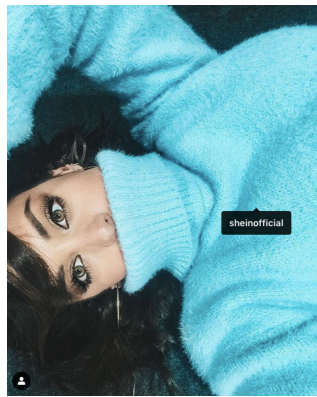
nicolasgalvezdolores guapa

nazaret_alvarez16 cuanto cueata la camisera

92,356 Me gusta

12 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir

dulceida Que después de 11h de rodaje tu makeup siga así! 🙌 Culpa de @alex_saint 🙌

Cargar más comentarios

anelecplementos 🤔🤔 Pues estás preciosa después de todo el curro!! 🤔🤔🤔🤔

wrendycrimarij @dulceidavstlanos De pana, todos los días se va la Luz en Venezuela 🤔 que situation tan grave. En fin, estoy pendiente de todo @dulceida

olire2014 ojassos!!!! 🤔🤔

miraxu @dulceida que bien se sienta ese color 🤔🤔

maria_villeda.09 OMG ni siquiera pareciera que fueras tú te ves pero lindísima hermosa! 🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔

115,725 Me gusta

1 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir

dulceida Ayer junto a @tousjewelry & @elle_spain! Conoci a @emmaroberts a la que admiro como actriz! Es la nueva imagen de Tous 🙌 Gracias familia por invitarme 🙌 Vestidazo de @caasiera 🙌 Make up: @alex_saint 🙌 Fotones @pepinoycrawford 🙌 En mis stories de hoy os cuento muchas cosas!!!

Cargar más comentarios

maccarp99 Vestidazo!!!! Me flipa @caasiera

gonzalezmaalen Tiaaaa no te viii covi_af 🤔🤔🤔🤔

105,031 Me gusta

4 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir

dulceida Sunday + denim 🏠

Cargar más comentarios

dayling1999 Te adoro eres un figura a seguir desde Cuba saludos

kaliufashion, como siempre la mas hermosa! la mas perfecta. I love you so much @dulceida

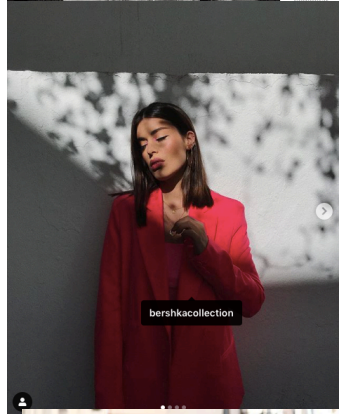
vintage_woman, Que modelo de gafas es?

vero_nathaly Guapa 🙌

95,111 Me gusta

7 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir

dulceida Pink is the new black 🙌 Tengo unas ganas de que se empiece a emitir Top Photo 🙌 Creo que os va a encantar el programa!

Cargar más comentarios

liza_bebe_moda Guapa 🙌 el color rosa es muy bonito

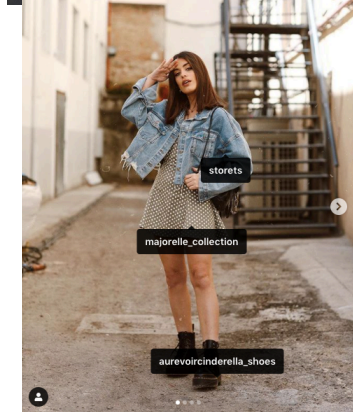
the_unpublished_writer Gorgeous 🙌

yasminscarlett23 Te queda hermoso saludos

95,866 Me gusta

9 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir

dulceida Coachella day 1 🙌 En Madrid, muy feliz y de estreno 🙌

Cargar más comentarios

lailadoutres_AMO DEMASIADO LA TERCERA FOTO! 🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔

lailasa Bonita

cresepocervera Belleza 🙌

_marinavarez_2 @Juciaaguilar5 madamederosa 🙌🙌

rosagarcia_05 Me encanta 🤔🤔

and6511 🤔🤔🤔🤔🤔🤔

saskiabg5 Que guapísima 🙌

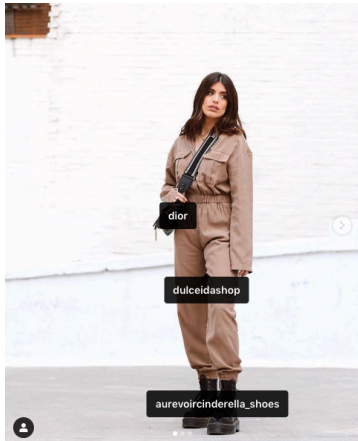
mlissat1 🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔

mrnsniccky quiero así el pelo @valiera

145,552 Me gusta

13 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir

dulceida Look of the day 🙌 Con mi mono fav de @dulceidashop ! Se que os quedarás con la última ¿Verdad? 🥰🥰

Cargar más comentarios

sh.ani2138 So lovely looking

sofia.hernandez_07 Mi favorita es la 2 maicoolmia Me encanta tus fotos!!! Son siempre una pasada!! Los looks son increíbles!!!

97,314 Me gusta

17 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir

dulceida GANADORES: @mariaoteero y @davidmartinez2b ENHORABUENA! 🎉

SORTEO 🎉 Sorteo dos abonos dobles para mi festival favorito @arenal_sound 🙌

Entradas vip + zona de descanso! 🙌

¿Que tenéis que hacer para participar? - Ser seguidores míos y del @arenal_sound 🙌

- Dejar un comentario en esta foto etiquetando a 3 amigos 🙌

*Si ya tenéis las entradas podéis participar igualmente y se convierten en Vip! 🙌 Podéis participar las veces que queráis, cuantas más, más posibilidades 🙌

El sorteo empieza hoy y termina el viernes 26. Anunciaré a los ganadxxres en esta misma foto! MUCHISIMA SUERTE!! QUE GANAS DE AREEEENAAAAAL!!!!

Cargar más comentarios

alhavaldivi@martamartinez

274,942 Me gusta

19 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir

dulceida TENGO LA MEJOR MUJER DEL MUNDO 🥰 @albapaulfe TE AMO 🥰

Cargar más comentarios

senorita_dusud Queee guapaaa 🥰🥰

valerykovalska 🥰🥰🥰🥰🥰🥰

exe_ljn.cg Q lindo ese amor!!! 🥰🥰

mv_iv_2006 🥰🥰

194,264 Me gusta

23 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir

dulceida Aquí una mientras recoge se hace una "foto espejo" 🥰 en una posición comodísima 🙌

Cargar más comentarios

lupeaguilarval @fridaval las odio por que les dio like a su comment jajajaja

luna_tkd21 Me encanta este top 🥰 de donde es?? 🥰

weloveretail Love it! 🥰

citylifewriter Nice 🥰

am_martitafer2004. Que preciosidad de mujer 🥰🥰 @dulceida

edurne.barrero 🥰

juleneeurmeneta 🥰🥰🥰🥰

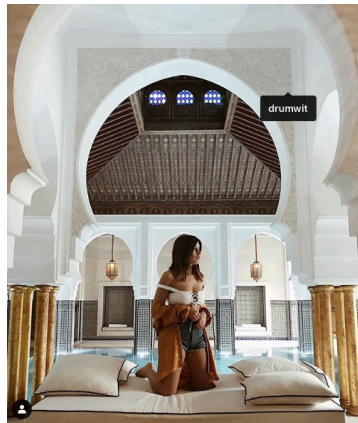
gaaraazi2006 🥰🥰🥰🥰🥰🥰

alalmodamujer 🙌 Hola chicas , somos

108,553 Me gusta

25 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir

dulceida Viajar sin saber el destino es un sueño 🙌 Marrakesh, Santorini, París, Londres, Amsterdam... Son los destinos que he visitado con @drumwit ! Ahora han añadido más destinos para el verano y ya me muero de ganas por dejarme llevar a cualquiera de ellos con mi 🥰 Santorini, Mykonos, Cerdeña, Niza, Ibiza, Malta, Menorca... ¿Donde iriais vosotros? 🙌🙌

Cargar más comentarios

andr6511 🥰

andr6511 🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰

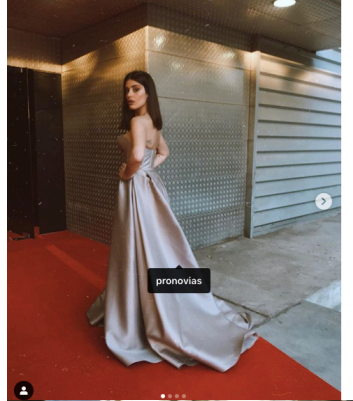
andr6511 🥰🥰

sukachondeo A tus brazos

100,417 Me gusta

23 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir

dulceida Recién llegada a mi ciudad para acudir al desfile de @pronovias 🙌 Mi look favorito del desfile deslizando 🥰

Cargar más comentarios

micalbotrico Preciosa! 🥰

anamarylorenzo De entre toda esa belleza resalta tu mirada

im_vida_lucia Bellaaa 🥰 @dulceida

marytas Guapa 🥰🥰

119,418 Me gusta

26 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir

dulceida La foto es 🥰 pero os quería enseñar el look que llevé ayer para el súper concierto 🙌 Y ahora, a votar!

Cargar más comentarios

sanaliscious 🥰

miguel_3ss Guapa 🥰🥰

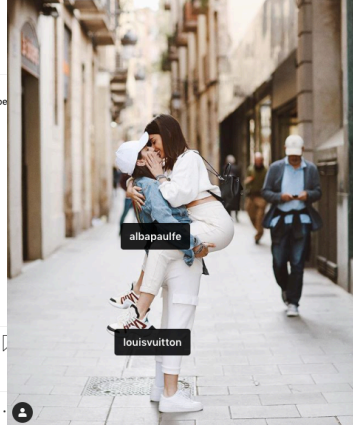
theo_cano 🥰🥰🥰🥰

violetagorgues_@nyeor7 🥰🥰

119,940 Me gusta

28 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



dulceida • Seguir

dulceida Hoy hemos ido a comer a uno de nuestros sitios favs 🥰 #luziarestante y no podía faltar esta foto 🙌 ¿Os suena?

Cargar más comentarios

agosmendilaharzu hermosaas

fatimapirola17 🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰

adrianamendoza21 @vane3_

the_model_hunter 🙌 follow us for your daily dose of beauty 🥰🥰

amy_perez525 Bellas jutas 🥰🥰🥰

elpalaciodeliz 🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰

jordic178 Y el calceñ? 🙌

santaniila_Jau Couple goals

miguel_3ss Adorable 🥰🥰

170,725 Me gusta

29 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

xserrano9 • Seguir
New York, New York

xserrano9 20's Night out
Cargar más comentarios
quusua fuck beautiful!!
subbrinuh @megiarv @iamabananna
dianacarinlacamagode handisome
lindaa_makua This is perfect wow

52,229 Me gusta
31 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

xserrano9 • Seguir

xserrano9 @lofficielhommiesua
Cargar más comentarios
nandogx @cynthi54
cmth54 @randogx
alexia_moi
balapicz la classe

67,083 Me gusta
3 DE ABRIL

xserrano9 • Seguir
Colaboración pagada con lullded
New York, New York

xserrano9 Finally home!
Cargar más comentarios
valeguevo @sivanarockstar mi xavi
imyourkaka
ivansanchez_ofc
tiffyrodriguez7 I mean come on @katie.ks

65,798 Me gusta
10 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

xserrano9 • Seguir
Indo, California

xserrano9 Trying to get a fan
Cargar más comentarios
melhordc Oruc tutaktin ben ama t
hoeroreo @muzaaaa
muzaaaa @hoeroreo somehow I always
imagine him as Jason from SOTN
muzaaaa @hoeroreo and I need to tell
you this buht pahie

92,751 Me gusta
15 DE ABRIL

xserrano9 • Seguir
Colaboración pagada con poloralpha...

xserrano9 Los amigos son la familia que
uno elige. Friends are the family you
choose. Celebrating @poloralphauren
family values with @juanbetancourt

@elcorteingles
#PoloFan
#PoloRLStyle
#mifamiliaolo

Cargar más comentarios
glenn_averad 兄弟
bernhard kaechinger Your Brother his nice
and sexi, like the gay left one.
dannyykeprt This jacket is
carfaryan @jamielpachtz are you serious

xserrano9 • Seguir
Krabi, Thailand

xserrano9 @standlife
Cargar más comentarios
ziaulhaquemetto Gorgeous
e_fra_jh
jenniferchong
yin_yet_yang
andreaschoe
sheryn_alina @arellis.s
jenniferchong Tropical
max_elliotz Vasimorgan and teala dunn
both need special thirst awards for
unleashing their thirst in EVERY SINGLE
MALE MODELS COMMENTS!
tzieking
sleymansm So cool

77,467 Me gusta
18 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

xserrano9 • Seguir
Krabi, Thailand

xserrano9 Selected
Cargar más comentarios
neserwilliam Get up
@neserwilliam
meleicimasakholi ressimen 26 yasindasin
nasil ya
gabrieljimenez
yurycharapin Amazing. Like my latest 2
posts and follow if you wish
doncabronim
zzanaa.k @lizakelmendi
lizakelmendi @zzanaa.k kuku kuku
jenyccadromi I don't understand how one
can be so damn gorgeous
martstefany
vava americanael kiada hova d&f am

65,278 Me gusta
1 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

xserrano9 • Seguir
Barcelona, Spain

xserrano9 Was nice to see you Barcelona.
London-NY-A this week

Cargar más comentarios
regina_tig la carnisia hablo
@marianaaochoa
xofridaa
justkbee
henrymillennial Soy Tu fan

82,304 Me gusta
8 DE ABRIL

xserrano9 • Seguir
Coachella, California

xserrano9 Made it to the desert
@hawkersco #coachella

Cargar más comentarios
amelia.clarkee @hellie_bydeveloit do u think
he's hot?7 Look at his page
xofridaa
darkgirl_writes
kris.tini2004 Cool
man

130,693 Me gusta
14 DE ABRIL

xserrano9 • Seguir
Coachella, California

xserrano9 And remember: it's not about the
place, it's about the people
@hawkersco for taking care of us and for
the sickest parties! #Coachella

Cargar más comentarios
hanna.o.i
regina_tig quien tragados son ellas?
balapicz you guys are very lucky
@xserrano9
sudenaz_bayburt @daryakoklu kesin gey
KSPNWCINNESMSLE

55,927 Me gusta
15 DE ABRIL

xserrano9 • Seguir

xserrano9 No existe nada más preciado que
la verdadera amistad. There is nothing more
to be prided than true Friendship.

Celebrating @poloralphauren family values
with @juanbetancourt
@elcorteingles
#PoloFan
#PoloRLStyle
#mifamiliasolo

Cargar más comentarios
natilla04 @ifanaconda
ifanaconda @natilla04 who
natilla04 @ifanaconda bakak laja sia kau.
both
ifanaconda @natilla04 I prefer right one
manugvine Borja mari y Albert Rivers

xserrano9 • Seguir
Indo, California

xserrano9 Deserved Holidays
@hawkersco

Cargar más comentarios
sawsanhawi @jellesnourou
xofridaa
xofridaa gawo
surjayan.ganguly Sexy nipples

80,301 Me gusta
13 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

Paula Gonu (@paulagonu):



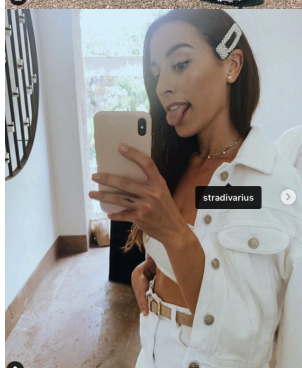
paulagonu • Follow
 paulagonu Nos despedimos de nuestro querido cochito que a taasantos lugares nos ha llevado y tan buenos ratos nos ha hecho pasar. Es el #fiat500x de @fiat_es obviamente, no va a ser Bolo como los melones. ¡QUÉ COCHE OS ENCANTARÍA TENER?! 🚗💕
 Load more comments
 olaya.romero @montsecasdad nuestro barrio bien famous oye alco.creation 🍷💕
 one_gorge Mercedes Benz AMG gtr 63 s ange_onil Nissan gtr 34 gracias



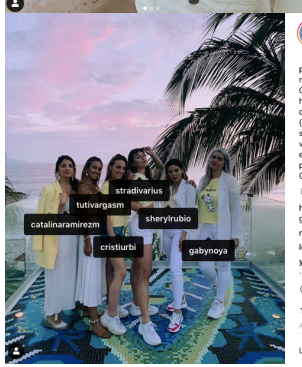
paulagonu • Follow
 paulagonu Estáis de acuerdo con mi camiseta?? Porque yo sí. Aquí en Hawaii los coches, los camiones, los árboles, TODO es a lo grande. Nos sentimos pequeños!! Los stories del paisaje verde tienen miles de respuestas vuestras y los habéis compartido demasiado... Y eso que en foto se aprecia 0% lo que realmente es. Load more comments
 lucidomomingezz Preciosa! 🍷
 diegoosans Bonito camion jaja almuntoyta @valdeslidia yo próximamente con bragas fortorridat 🍷💕
 valdeslidia @almuntoyta tu vas a ir más guapa todavía 🍷💕



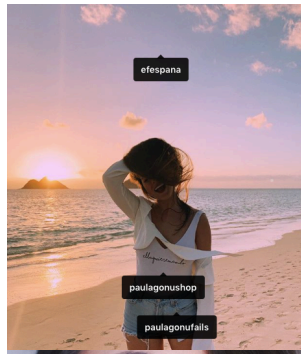
paulagonu • Follow
 paulagonu A veces me preguntáis que si no tengo más zapatos aparte de bambas y la verdad es que no me extraña porque no me pongo casi otra cosa. Antes no me ponía tacones porque me veía muy alta, luego no me ponía bambas porque me veía poco arreglada. Y ahora me las pongo hasta para salir de fiesta. No me puedo sentir más cómoda y segura con ellas, al igual que con cualquier tacon sin importar que me haga alta, baja o lo que sea! Y tanto si solo o no de los míos... @skechersspan sortea el mismo par de D'Lites que llevo en la foto! Solo tenéis que seguirles a ellos y a mí y etiquetar a 3 personas en los comentarios que irán siempre con bambas. ¡Tenéis hasta el 24 que skechers dirá el ganador! Load more comments
 herrera_harharita @luviauamr10 💕



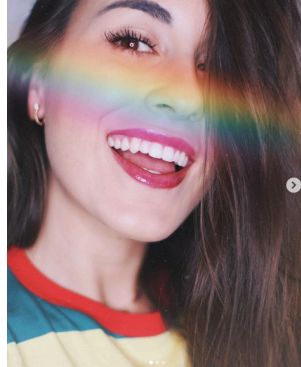
paulagonu • Follow
 paulagonu Qué foto preferís vosotros?? Eso negro es el vestido de una chica. También se veían sus zapatos pero los he borrado (Os lo enseñé en stories) (Y el clip que algunos odian y otros aman es de @stradivarius tb!!) Load more comments
 marta_falis Eres genial nunca lo olvidés 🍷💕
 wisdasilva 🍷💕
 alco.creation 🍷💕
 maasaritico TENGO LAS MISMAS ZAPATILLAS 🍷💕 RESPONDEME DIOS



paulagonu • Follow
 paulagonu No están todas las personas que me llevo de este viaje, pero sí la mayoría!! Colombianas, venezolanas, y mexicanas me habéis ganado y tenéis casa en Barcelona cuando queráis, ya lo sabéis. (Y WOWWWW el equipo de @stradivarius o sea que gente más guay de verdad! A veces vemos una marca y ya, pero conocer el trabajo que hay detrás y la parte más personal de cada uno es demasiado's GRACIAS A TODOS!! 🍷💕) Load more comments
 hugoo_praadoo_Ole esa pauka siempre tan guapa
 noielagrhoyos Guapísimaaassss
 lovepang Preciosa!! 🍷💕
 yagalatica Me encantó 🍷💕



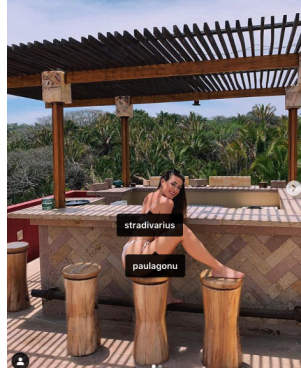
paulagonu • Follow
 paulagonu Y aquí está!! Aterrizamos, llegamos al hotel y no podíamos dormir... Amanecía en pocas horas y os pregunté por stories si nos metíamos en la cama o nos íbamos a buscar el sol. Y esta foto es de cuándo lo encontramos. (No sabía qué hacer con el pelo del viento que hacía, así que se quedó tal cual) Hay otra versión más bonita en @paulagonufails (Y por cierto mientras subo esta foto estamos yendo a clases inglés con @efespana) Load more comments
 evaaaa.011 @candelalucasmau honolulu
 candelalucasmau @evaaa.011 q pasa con honolulu 🍷💕
 abaldeoro Vas a subir video del viaje a hawaii? Porfa! 🍷💕
 rvelinescomartehonolulu Si me dices comear



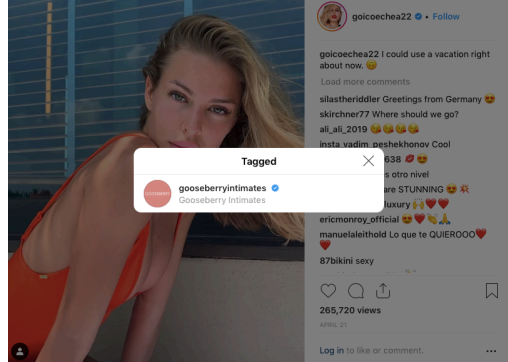
paulagonu • Follow
 paulagonu Os preguntaría 1 o 2??? Pero es que me gustan las dos y además ya están subidas. En la tercera está el rimmel que estoy usando ahora que es aquel que os dije que tiene noscuántos aceites que cuidan las pestañas!! Yo le llamo el "Lila" pero si nos ponemos serios es el Wonderluxe de @rimmellondones
 @elcoriserealnoake
 @feliciteetienelluvia
 #pestañasconcepuzo #feelwonderluxe #valeenverdadnoesrealsofane Load more comments
 anhellis.22222
 goddessbastet_98 tengo el mismo! 🍷💕 y me encanta, deja las pestañas preciosas y las cuida un montón! 🍷💕
 luucilaaaaa.privvv.1 🍷💕



paulagonu • Follow
 paulagonu Pues de repente un día recibí esta ropa en casa y me cuentan que voy a ir a México... Y si habéis visto mis stories ya sabéis dónde estoy y con quién. (Os voy a ir enseñando poco a poco porque me conozco y no quiero saturar) LA ÚLTIMA FOTO DEMUESTRA QUE ACABABA DE COMER Y NO PODÍA DESHINJARLO! Load more comments
 giselaabordalloo_ Preciosaasaa 🍷💕
 tooni.cartaya Hola
 yastiral81 Hola
 hugsmeitana_ Buah te quiero un mundo jurado 🍷💕

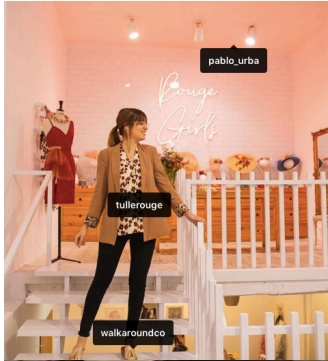


paulagonu • Follow
 paulagonu Aquí LA foto que he imitado de @kourtneymarkesh DECIDME QUE OS PARECE!! El bikini (el mio) es de @stradivarius y bueno faltan las botellas de alcohol también y ella es más chiquitita que yo así que ocupa menos pero... Está lograda sí o no?! 🍷💕 Load more comments
 22ague Kourtney sale natural... Tú sales forzando la pose para marcar culo... Me quedo con kourtney
 guir dmf @paulagonu estás mejor tu q ella a ver si porque se apellide así van a ser divas predestinadas...para nada...
 angiedenis25 @guir dmf ajajaja 🍷💕
 mhgh08 LA tuya es mejor



Arantxa Cañadas (@arantxa_canadas):





arantxa_canadas • Seguir

arantxa_canadas ROUGE GIRLS ❤️👉
Estoy alucinando con las personas tan bonitas que estoy conociendo estos días en La Maison. #ootd

Cargar más comentarios

veronica_soplín Tu blusa me hace recordar al otorgoro que vi en la selva de Perú. ¡¡ jeenlima Te mereces lo mejor eres una gran persona ❤️❤️❤️

juliedromeroyanes Felicidades arantxa. Eres mi inspiración. Saludos desde Cuba majtomolina9 Me encanta! ❤️

7,271 Me gusta



arantxa_canadas • Seguir

arantxa_canadas Porque hay días que cuestion. Mucho. Pero son parte del proceso así que vamos a quererlos igual 🥰 #ootd

Cargar más comentarios

crisrojo17 Tu siempre animando Arantxa! Gracias porque hoy no tengo un buen día. Mañana espero sea mejor. Eres un cielo!❤️

esthercj_ip buenas tardes!! que tal? me gusta mucho tu foto! sabes? yo me cuido mucho, y llevo una vida saludable, me gustaría compartir tips contigo! nos agregamos? muak!

munek_mueblesydeco Guapísima 🥰 fernanda.ch @idiadomg

4,146 Me gusta

28 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



arantxa_canadas • Seguir

arantxa_canadas 🌟 Detalles 🌟 Tenía tantísimas ganas de unas horquillas así 🥰 Gracias @nereaperezdesign por hacer cosas tan bonitas!! ¿Vosotras os atrevéis? #ootd

Cargar más comentarios

meritxell13 Me flipa 🥰

010492vel @griscilacnz 🌟

just_me_dby Beautiful ❤️

haztecon_parairalamoda Son preciosas y las luces muy bien 🌟

5,134 Me gusta

10 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



arantxa_canadas • Seguir

arantxa_canadas Vuelta al origen 🌟 Últimamente mis fotos están siendo espontáneas, en mi día a día y con el móvil 📱 No tengo tiempo ni ganas de que todo sean súper fotos con la cámara porque oye, esta es mi realidad y es lo que quiero compartir con vosotras. ¿Qué pensáis? Feliz viernes! #ootd

Cargar más comentarios

ritafranciar Esta bien, así podamos ver lo común de todos los días y no super producciones de fotos. Muchos éxitos, saludos desde Argentina 🥰🥰

saaysira Me parece más cercano 🌟

thinkinfashionn Me encanta!! Ah y el look también!!

5,719 Me gusta

12 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



arantxa_canadas • Seguir

arantxa_canadas Cuando una fotografía puede decir mucho más que lo que percibimos a simple vista 🌟 #ootd

Ver los 24 comentarios

castigadaconsalir Me encanta este look 🥰

miriam.cs_ Me encanta 🥰 por cierto, que pintalabios llevas?

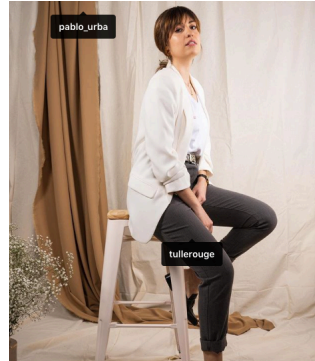
inbloom.barcelona 🥰

a_2_k_n @arantxa_canadas me podrías decir si tenéis 36 o similar y el precio? Muchas gracias!

4,380 Me gusta

17 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



arantxa_canadas • Seguir

arantxa_canadas ¡Feliz lunes amores! ¿Qué tal está yendo el día? Contadme una anécdota de hoy que estoy en un ratito de relax y me apetece mucho leerlos 🌟 #ootd

Ver los 23 comentarios

Klaudiaperez_o Hermosaaa 🌟🌟🌟

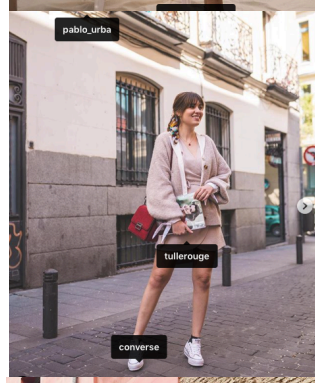
maria_sainz_sueles Hola de donde son las tobilleras que llevas en esta foto? Son ideales me encantan

gadget_market_regalos Y feliz jueves!!!

@gadget_market_regalos aromascondense Os invitamos a que miréis nuestro perfil y nos sigan. Cuando lleguemos a 1.000 seguidores vamos a hacer un súper sorte!!! 🥰🥰🥰

3,342 Me gusta

28 DE MARZO



arantxa_canadas • Seguir

arantxa_canadas Ese momento en el que tu estilista favorita hace un look 🥰 an @tullerouge y sientes el irremediable deseo de ponerlo 🥰 En estas ocasiones el frío no importa 🥰 ¡Qué ganas de sol y calor! #ootd

Cargar más comentarios

gincoc80 Beautiful 🥰

balinder_ajlla Great look

ilaiaa Preciosa

seisdelnueve_❤️

7,855 Me gusta

3 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



arantxa_canadas • Seguir

arantxa_canadas Queremos el triunfo aquí y ahora, pero la clave del éxito es el paso a pasito, con paciencia y sabiendo disfrutar del camino 🌟 ¡Feliz Jueves chicas! #ootd

Cargar más comentarios

inbloom.barcelona 🌟🌟

inbloom.barcelona 🌟🌟

inbloom.barcelona 🌟🌟

andreacherry 🌟🌟🌟🌟

4,556 Me gusta

11 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



arantxa_canadas • Seguir

arantxa_canadas El vídeo más esperado de la temporada ya está en el canal... (Tendencias Primavera/Verano 2019! ¿Cuál es tu favorita? 🌟 #fashion #youtube

Ver los 20 comentarios

balinder_ajlla Amazing

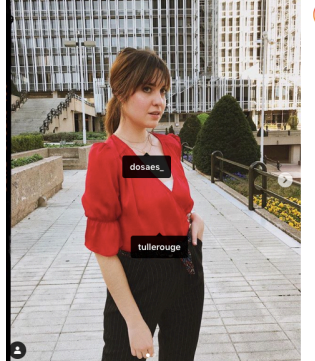
infhtra Arancha, porque si dices "tú gús" a tu marca, luego dices "Rouje" brunch y rouje girls? Me crea confusión 🥰

adrixcastillo88 🥰

4,834 Me gusta

14 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



arantxa_canadas • Seguir

arantxa_canadas Quién quiera pensar mal de ti, siempre lo hará. Por muchas explicaciones, por mil palabras que intentes dar... Por eso un día decidí aplicar una teoría: "Trabaja en silencio y deja que el resultado hable por sí solo". Es una reflexión que quería compartir contigo porque estoy segura de que hay días que tirarías todo por la borda, o que tienes que aceptar comentarios que no entiendes cómo pueden salir de personas con tanta maldad. Pero así es la vida, unos luchan por lo que quieren crear y otros pretenden destruir a los demás. Feliz viernes 🌟 #ootd #loquenuncatehededicho

Cargar más comentarios

ilaiaa Mola

tribe_mom Ideal @conlunaresyaloloco

5,834 Me gusta

19 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



arrantxa_canadas • Seguir

arrantxa_canadas Tantas cosas que quisimos ser y nunca fuimos 🙄 #ootd

Ver los 18 comentarios

dosaes 🍷🍷🍷🍷

crisroja17 Bonito look acorde con el fondo! Muy guapa Arantxa y felicita al fotógrafo! 🙌

beautepapillon Preciosa cómo siempre! Y el look es 🍷🍷🍷🍷

ladonnainrosso_Bonita 🍷

2,836 Me gusta

25 DE ABRIL



arrantxa_canadas • Seguir

arrantxa_canadas My first influencer, mi madre 🍷 Si alguien ha sido mi ejemplo a seguir desde que era pequeña, esa es ella @araceli_canadas ¡Se merece lo mejor del mundo! Ahora es el momento de que tú le hagas un súper regalo porque @douglasscosmetics_es está sorteando 1 gift card de 100€ para ti y otra para tu madre. Para participar: 🍷 Sigue a @douglasscosmetics_es 🍷 Haz un story con una foto de tu madre. 🍷 Añade el hashtag #My1stInfluencer y menciónales para que puedan verla. El sorteo durará una semana, suerte y regálale mucho amor a tu mamá! 🍷 @araceli_canadas

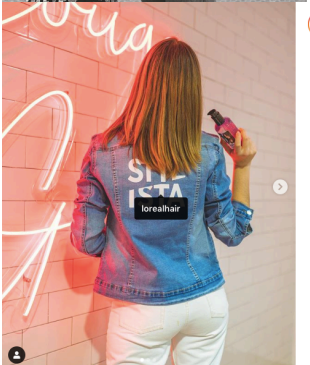
danielr1st0d Amores de muerte 🍷🍷🍷

burgoszapaterias 🍷🍷🍷🍷

Añade: RAR14 Que linda eres al amor de

6,393 Me gusta

27 DE ABRIL



arrantxa_canadas • Seguir

arrantxa_canadas 🍷 SÚPER SORTEO 🍷 LA GANADORA ES @tzaskunjs

Como cada día nos apetece llevar el pelo de una forma y con @stylista podemos crear cualquier look, voy a sortear este lote para una de vosotras!! Para participar: 🍷 Sigue a @loreshair y a mi @arrantxa_canadas 🍷 Deja un comentario y menciona a una amiga con quién lo compartirías.

El sorteo es a nivel nacional y durará una semana y os deseo mucha suerte 🍷 #LorealParisEspaña #OOTDbyStylista #sorteo

Cargar más comentarios

bbea_1223 @lucliajz

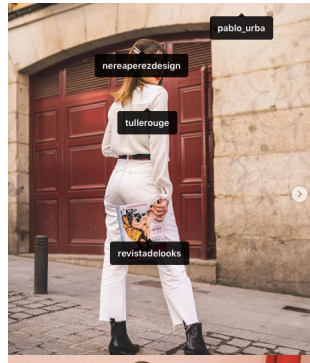
bbea_1223 @beahieesta

bbea_1223 @cristianagalatan_21

6,644 Me gusta

30 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



arrantxa_canadas • Seguir

arrantxa_canadas Mi afición a las revistas de moda 🍷 Descubrí @revistadelooks el mes pasado y he tenido que repetir, sobre todo me gusta que es una moda cercana y con mucho street style, perfecta para quién buscamos ideas que inspiren looks del día a día 🍷 #ootd 🍷 @pablo_urba

Ver los 21 comentarios

klaudiaperez_p Que bellaaaa 🍷🍷🍷

beyourselfbyse Si es súper chula la revista yo ya soy súper fan de @revistadelooks además tengo la suerte de haber salido en el apartado de #delockers de este mes estoy que no me lo creo 🍷🍷

taniasanz08 🍷 Bonita siempre

lourdes..._04 🍷🍷

4,812 Me gusta

26 DE ABRIL



arrantxa_canadas • Seguir

arrantxa_canadas ¡Feliz domingo chicas! ¿Qué plan se presenta hoy? 🍷 Yo tengo día de limpieza (qué poco me gusta pero que necesario es), edición y descanso. Esta mañana he estado repasando mis apuntes de ayer del máster y me he quedado con una frase... "La vida te da aquello en lo que piensas, tanto si lo deseas como si no" 🍷🍷 ¡Qué tanta razón! #ootd

Cargar más comentarios

moment195 Qué máster estás haciendo?

paolaza20 Estas demasiado guapa

Ultimamente 🍷

poterouge La alfombra es preciosa! Y tú 🍷

jezabel_ponce Guapa 🍷

violetetea Votar es el plan de hoy

monirodrh1 Mira tú 🍷 que gracias a

6,156 Me gusta

28 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

Marc Forné (@marcforne):



marcforne • Seguir

UNESCO

marcforne Loewe's royal court @loewe @jonathan_anderson

Cargar más comentarios

cindy_santiago 🍷

tteerasan Gold

patricksguerra :))

benjaminsaeng yeves 🍷

9,977 Me gusta

1 DE MARZO



marcforne • Seguir

Paris, France

marcforne 🍷 @loewe

Cargar más comentarios

pepecazorfa 🍷🍷🍷🍷🍷

jayvmark King 🍷🍷

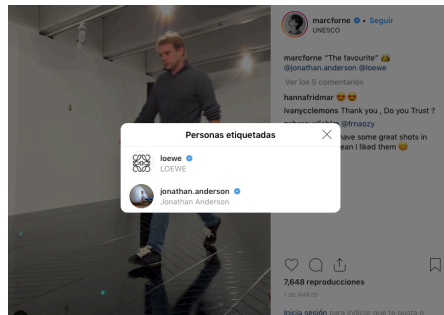
estebanorlandovega 🍷

anabrecom 🍷🍷🍷

9,084 Me gusta

2 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



marcforne • Seguir

UNESCO

marcforne "The favourite" @jonathan_anderson @loewe

Ver los 5 comentarios

hanmafriomar 🍷🍷

ivarycclemons Thank you, Do you Trust? 🍷🍷🍷

@mrazzy I've some great shots in can I liked them 🍷

Personas etiquetadas

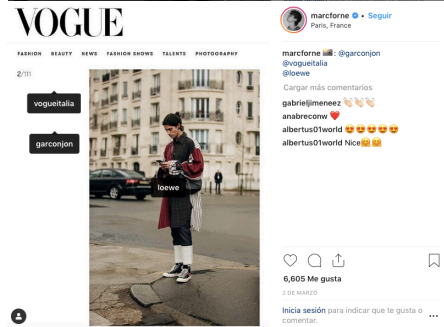
loewe LOEWE

jonathan_anderson Jonathan Anderson

7,648 reproducciones

1 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



marcforne • Seguir

Paris, France

marcforne 🍷 @garconjon @voguitalia @loewe

Cargar más comentarios

gabrielimenez 🍷🍷

anabrecom 🍷🍷🍷🍷

albertus02world 🍷🍷🍷🍷

albertus02world Ncc 🍷🍷

6,605 Me gusta

2 DE MARZO

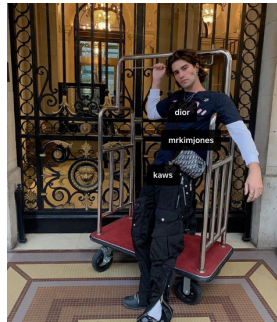
Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



marcforne Paris, France
marcforne @dior @mrkimjones
Ver los 20 comentarios
julia_rumily @othilie.bouin le sac je craque
othilie_bouin @julia_rumily l'autre il est ++
beau
julia_rumily @othilie.bouin j'ai le droit
d'aimer des cylindres aussi
othilie.bouin @julia_rumily a fond



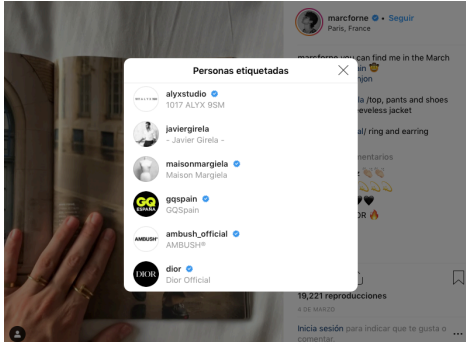
marcforne
Ver los 8 comentarios
arthur_allakhverdov Stop and say that you
don't like it
naetrissa Love it
fangecollective Stunning
gabrieljimezez



marcforne Colaboración pagada con dior
marcforne Dinanche à Parea @dior
@mrkimjones #DiorSummer19 via Dior.com
Cargar más comentarios
eb_idn @ndgesinsights it's a cold wall x Nike
Air Force
serpiente Filpo
dior #DiorSummer19 Sundays are good
ones, courtesy of Dior.com!
vinicius_alencar @eb_idn thanks man



marcforne pre @loewe
Cargar más comentarios
hakilee @samwill yes, staying with us!
lenoratonlaveur @maubunkley ca se voit il
marche bien
maubunkley @lenoratonlaveur agree!
zszzzz Please can you tell me where's this
shirt from? thank you



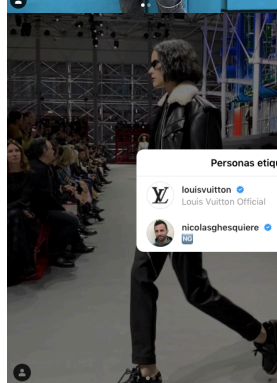
marcforne Paris, France
Personas etiquetadas
alyxstudio
javiergirela
maisonmargiela
gqspain
ambush_official
dior



marcforne
@1910_borbonese
@borbonese_official
#borbonese
#borboneseing
#thenewwaveaftertheater
#ad
Ver los 26 comentarios
lisenegordano79 Guapísimo
bobby_mex nice outfit bro
joel_etrox Porque eres tan el puto amo??
mikkel.hoejgaard Where can i get those
jeans?



marcforne Musée du Louvre
marcforne LV @louisvuitton
@nicolasghesquiere
Cargar más comentarios
fontana_clara @chilara.colombo stile
samrichmond @chris.calderon straight
stunner
erik WHAT A LOOK
lvmos Wow you are like so beautiful



marcforne Musée du Louvre
marcforne Pompidou meets the Louvre
@louisvuitton @nicolasghesquiere
Ver los 16 comentarios
cindy_santiago Check out my feed
adrian_dudou Why Are all models tny??
Or skinny
I fuck the first look is



marcforne Paris, France
marcforne
Ver los 9 comentarios
blancamiro Alien mood
guido.ator
gui.poli Nice!! Let's meet up and do some
travel adventures together!!!
olivergregerofficial



marcforne Colaboración pagada con dior
marcforne visiteur à Parea @dior
#DiorSummer19 via Dior.com
Cargar más comentarios
hugobrandam @andrea.gaggio.avellan
j'aime bien cette longueur
andrea.gaggio.avellan @Hugobrandam vu!!!
dior Visiteur, but always welcome!
nehlaaaa4 Paris*

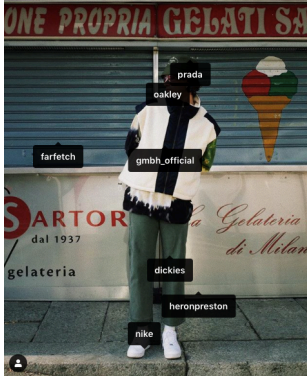


marcforne • Seguir
Jardin des Tuileries

marcforne
Cargar más comentarios
dior Between croissants and wearing Dior Oblique printed socks, it must've been a good morning!
sopo883 🔥🔥
muthenizvsh Cool 🍷
jwouuwv belle tenue 🇫🇷

22,851 Me gusta
7 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



marcforne • Seguir
Milan, Italy

marcforne
Ver los 27 comentarios
sebastianovecchi ❤️❤️
heyerick 🍷
farfetch 🍷
meredith.hood @jeschwar

5,793 Me gusta
7 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

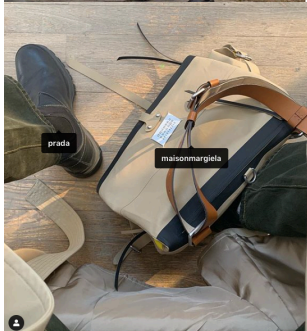


marcforne • Seguir
Paris, France

marcforne before @lacoste #plw
Ver los 16 comentarios
simonnygard 🍷🍷 Bag
davidac018 🔥🔥🔥🔥🔥🔥
sebastianovecchi Toopp
heyerick 🍷

4,091 Me gusta
7 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

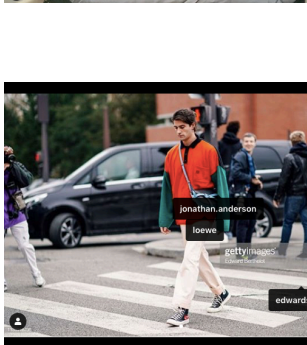


marcforne • Seguir
Paris, France

marcforne my Margiela business meeting attire 📄📄📄 Paris during #plw
Ver los 11 comentarios
gregory.van.v Loveee it 🍷🍷🍷
zohedamn 🍷🍷🍷🍷🍷
noelablass 🍷🍷🍷
r_h_u_r_

4,092 Me gusta
9 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



marcforne • Seguir

marcforne @loewe @jonathan.anderson @edwardspiet
Ver los 8 comentarios
iljesse02 You look so cute in this photo!
cipelgigos Marc, cuando te canses del @loewe es mi color preferido...ya sabes
denizcanpiur 🍷🍷
matthiasgeerts Love this mart_code 🍷🍷

6,221 Me gusta
9 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

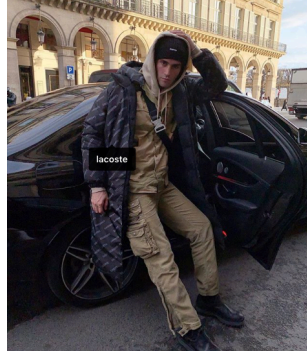


marcforne • Seguir
Milan, Italy

marcforne I guess moving to Milan, a new life and atmosphere have influenced my style and way of seeing what surrounds me... we're all made of our past and present. And for that I've partnered #withfarfetch on an edit of how to style outerwear 🍷 @farfetch #ad
Cargar más comentarios
davidac018 🔥🔥🔥🔥🔥🔥
sebastianovecchi Top photo
heyerick 🍷
tammedoussen Next level prada/power

8,305 Me gusta
7 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



marcforne • Seguir
Paris, France

marcforne moved to Paris and I did not even realize it 🍷
Ver los 28 comentarios
sebastianovecchi Top
heyerick 🍷
lovecrymatt 🍷
natalia230696 @sala_carril013

6,635 Me gusta
7 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



marcforne • Seguir
Hôtel Costes

marcforne two moods only
Cargar más comentarios
annsoliephotography Dm
devriessanne_Nice bag
philippegalcier 🍷🍷🍷🍷🍷
isabellaseja 🍷

13,890 Me gusta
8 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



marcforne • Seguir
Kyiv, Ukraine

marcforne posting from Kyiv a #tb from outside Sacai taken by Eva @eva.al.desnudo 🍷
@sacalofficial #plw
Cargar más comentarios
iosateller This looks ridiculous. There's a difference between style and doing whatever it takes to stand out
davidac018 🍷🍷🍷🍷🍷🍷
haysspace Wow
iammaheninJordan 🔥🔥

8,572 Me gusta
9 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



marcforne • Seguir

marcforne @maisonmargiela @walnutvalley
Ver los 19 comentarios
joshijait 🍷
denizcanpiur 🍷🍷
matthiasgeerts Love this mart_code 🍷🍷

6,631 Me gusta
9 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

garconjon

loewe

maria_bernad

marcforne Thank you for this one @garconjon outside Loeve while in Paris @loewe #974

Ver los 27 comentarios

superyyyyuuuu Amazing! ! ! ! ! zahra.sm.x _sofiagomez 🔥🔥🔥

10,582 Me gusta

9 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

marcforne It's a wrap!

Ver los 24 comentarios

olive38xst1e1 prada shoes

vladislavzornin 🍷🍷🍷🍷🍷

dauidac018 🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷

hotsince93 And you are a snack 🍷

5,249 Me gusta

15 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

marcforne Paris, France

Some preview of my day shooting with and @esquires in Paris the day of the 1919 show... @actafabuleest @raphy: @cantardealma @marcforne @marcferv @marcferv you @lebristolparis for those good the city ! ! !

Ver los 27 comentarios

ky_aylidiz You came to slaaav 🍷

spau no puedo respirar opd red Song?

22,408 reproducciones

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

Personas etiquetadas

- actafabuleest ALAN MARTY
- esquires Esquire Spain
- lebristolparis Le Bristol Paris
- dior Dior Official
- cantardealma Aline Guel
- marcfervi Mara Fandi

marcforne 🍷

Ver los 21 comentarios

anabrecomw 🍷🍷🍷🍷🍷

dauidac018 🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷

kerrygawbody 🍷

5,615 Me gusta

14 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

marcforne Category is: military service @dsquared2 #Dsquared2 #D2GIANTS #ad

Cargar más comentarios

dmitry_dumak ⚡

aboutangelogomez 🍷🍷

karinmartygirl 🍷🍷

chzriotte 🍷🍷🍷

8,186 Me gusta

14 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

marcforne Mountain gear @prada

Ver los 15 comentarios

famorcan.jai 🍷🍷🍷🍷

gabrieljimenez 🍷🍷

marc.pinedo Prada underwear

monsieurhenr_ @prada 🍷

4,210 Me gusta

16 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

marcforne on @voguetalia featuring the new capsule of Keith Haring x Lacoste @chiaracapitani @lacoste #LacosteXKeithHaring #ad

Ver los 20 comentarios

wijervillalanga 🍷

kevin_pabel 🍷🍷🍷🍷

luisleitesampaio Love it 🍷🍷🍷

lloloc @cfmra

7,545 Me gusta

15 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

marcforne 🍷

Cargar más comentarios

marcforne @dominksadoch 🍷

manuelbfari 🍷🍷

aanwvxrrr 🍷🍷🍷🍷🍷

9,314 Me gusta

17 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

marcforne

Cargar más comentarios

agnieszka.antares 🍷🍷

paatrinavarro 🍷🍷🍷🍷

noemilupoli Mamma mia @sofia_asola palu.lloret 🍷

9,687 Me gusta

17 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

marcforne ice baby @prada

Ver los 12 comentarios

gabrieljimenez 🍷🍷🍷

haiyu.lu 🍷🍷🍷🍷

quintoleven Tooooo cold

vladislavvalentine Love this 🍷🍷+

4,255 Me gusta

18 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

marcforne • Seguir
East Village, Manhattan

marcforne as touristy as it gets
@philippemodelparis
#ad

Cargar más comentarios

lifasnlida Ma neighborhood 🍷
bylorenzogil Tus lookazos siempre son lo más 🍷
carnsmidia Eye candy you can actually eat! Found it!
anabreconw 🍷🍷

philippemodelparis

6,985 Me gusta
20 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

marcforne • Seguir
East Village, Manhattan

marcforne 🍷🍷 @loewe
@jonathan.anderson

Cargar más comentarios

anabreconw Great 🍷🍷🍷
camillencolemarie Beauty 🍷
bryanchaura Bossy
bryanchaura This is amazing

loewe

9,599 Me gusta
20 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

marcforne • Seguir
Madison Square Park

marcforne 1st day of Spring from the city 🇺🇸

Cargar más comentarios

gabrieljimenez 🍷🍷
niko27official 🍷🍷
tomnavarro 🍷🍷
soufian_bouchta Awesome 🍷

loewe

10,871 Me gusta
20 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

marcforne • Seguir
Manhattan, New York

marcforne *unpublished from the shoot with @cantarodealma for Esquire & Dior

Cargar más comentarios

dior We're glad that you published them here, Marc!
andrebasto El ganador @yuliperez
yuliperez @andrebasto no lo veo en mi kma
aldairjunior 🍷🍷

dior

mrkimjones

9,110 Me gusta
22 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

marcforne • Seguir
Manhattan, New York

marcforne *unpublished

Cargar más comentarios

camilla.donhi 🍷🍷🍷
jineder Te queda lindo el arete de la cruz te luse. saludos desde lima peru 🍷🍷
mxlle.ka @mariella_hr geez this hair 🍷
nagorealaiza 🍷🍷🍷

dior

mrkimjones

17,529 Me gusta
23 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

marcforne • Seguir
Aeroporto di Milano Malpensa

marcforne Le Bristol. Paris, January 2019

Ver los 17 comentarios

valeriolentile01 🍷🍷
ladychantalarina When you know the pizza is coming 🍷 yum
dior Paris #tb to the days in #DiorSummer19!

dior

6,326 Me gusta
24 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

marcforne • Seguir
Manhattan, New York

marcforne sweatpants upgrade on Sundays 🍷

Cargar más comentarios

aidenmarceron love
nachoyanes88 Guaperrrr
antonyusuarz @jossfisser lo amo
skuinckle 🍷🍷

whatgoesaroundnyc

14,611 Me gusta

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

marcforne • Seguir
Manhattan, New York

marcforne @whatgoesaroundnyc 🍷

Ver los 27 comentarios

sametgokergok Never trust anyone but God because everyone is weak 🍷
And Jesus said, Verily Allah is my Lord and your Lord: they only take refuge in the god, as I do: this is a Way that is straight 🍷
samuelsohebi Drippin hard
annarecan big like
ullmann.markus Nice 🍷🍷🍷🍷🍷

whatgoesaroundnyc

5,033 Me gusta

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

marcforne • Seguir
East Village, Manhattan

marcforne 🍷🍷🍷

Ver los 19 comentarios

33_design Cool kicks
mart_code 🍷🍷🍷
mrturmer Makes me miss NYC 🍷🍷
way.of.life.official Ketchup and Mustard for that NYC hot dog

nike

saciaoofficial

6,339 Me gusta
26 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

marcforne • Seguir

marcforne tb Paris, @dior

Cargar más comentarios

jaideepsingh Nice 🍷
matteobastian Guapisimo 🍷🍷🍷
patapatinio 🍷🍷🍷
kenacho_team_dope Hey Bro, dope insta 🍷🍷 Let's collab. Msg main account @vivanucci and tell them we sent you! 🍷

dior

Supreme

18,112 Me gusta
26 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



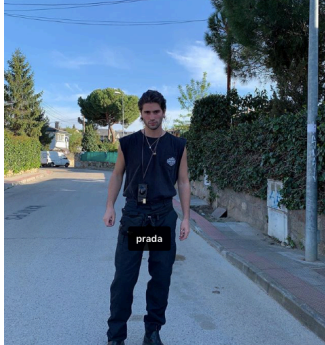
marcforne • Seguir
Manhattan, New York

marcforne LA/Palm Springs in a few weeks and this is quite a vibe 📸👆

Cargar más comentarios

brendenskindadead always
ms.zabeth Stunned
iamfrancis6 🍌🍌🍌🍌🍌
narabaggio @brunorahmi

11,635 Me gusta



marcforne • Seguir
Colmenarejo, Madrid, Spain

marcforne what is this weather?! 🌨️

Cargar más comentarios

raaquelgue action man
zayngoals 🍌
lenaparaense @lari.lma
lari.lma @lenaparaense morri aqui 🍌

10,325 Me gusta



marcforne • Seguir

marcforne 🍌♂️

Cargar más comentarios

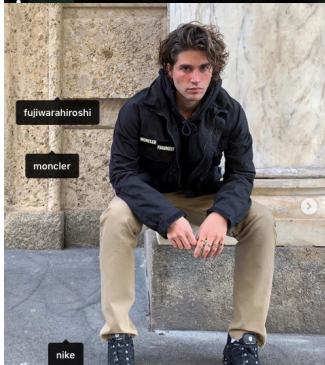
albertus01world Wooooowwwww 🍌🍌🍌🍌🍌

brayanmess A favorite
lukas_osiecki Nice shot 🍌🍌🍌
scottkw 🍌

8,788 Me gusta

31 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



marcforne • Seguir
Milano

marcforne Milan 'til next week 🇮🇹

@nike
#NikeShox
#moncler
#MonclerFragment
#MonclerGenius

Cargar más comentarios

isalefalafel @kenzambi 🍌
kenzambi @isalefalafel j bof
isalefalafel @kenzambi roh

13,818 Me gusta

5 DE ABRIL



marcforne • Seguir
Milano

marcforne OCiao pt. 🍌

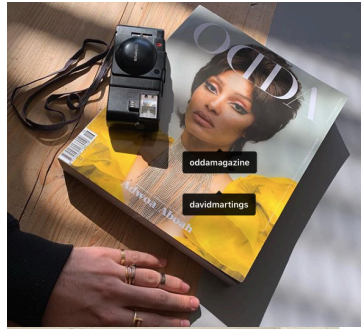
Cargar más comentarios

coinsociety This is awesome!
coinsociety This is great
chiho.obas 🍌🍌🍌
merino_lamagadelleigno 🍌🍌🍌

12,767 Me gusta

6 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



marcforne • Seguir
Madrid, Spain

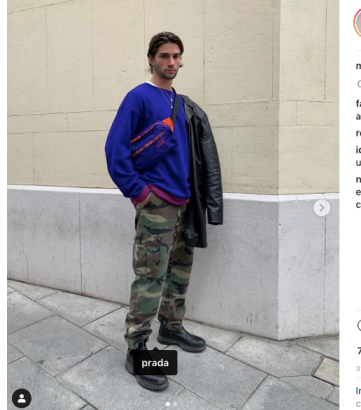
marcforne 5pm, #Madrid

Ver los 11 comentarios

javymark 🍌🍌🍌🍌
lucajackets I'd love for you to have a look at our unique handmade jackets.
fidelitydenim ⚡
gustavogogar Siempre arriba! 🍌🍌

3,410 Me gusta

28 DE MARZO



marcforne • Seguir
Madrid, Spain

marcforne 🍌🍌🍌🍌

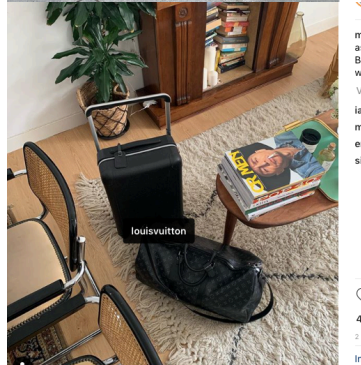
Cargar más comentarios

fabriclogodoye @rogerioiz muito q bem q aqui não tá nada bem
rogerioiz @fabriclogodoye da para perdoar idogayrre No entiendo nada tu antes eras un pijo k ha pasado?!?
nagorealaza Te había perdido la pista con esto del algoritmo maravilloso... y como has crecido!! 🍌🍌🍌🍌 Que rollazo 🍌

7,340 Me gusta

31 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



marcforne my third attempt leaving Madrid as I missed the passed 2 trains I booked for Barcelona... I guess the one at 6am today was a risky one 🍌 brb Madrid 🍌🍌

Ver los 8 comentarios

iammegavlogs 🍌
maria_bernad Yasssss
erik Goals
simonestina 🍌

4,834 Me gusta

2 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



marcforne • Seguir
Milano

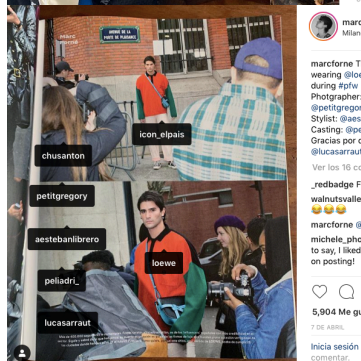
marcforne Milan.

Ver los 13 comentarios

iammegavlogs 🍌
pedrosotoworld 🍌🍌🍌
erik ⚡
kreopan king

6,225 Me gusta

6 DE ABRIL



marcforne • Seguir
Milano

marcforne This week on @icon_elpais wearing @lewe during #fufv

Photographer: @chusanton
@petitgregory
Stylist: @aestebanlibrero
Casting: @pelladri

Gracias por dejarme formar parte de esto @lucasarraut 🍌

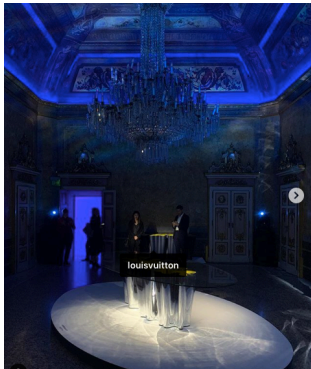
Ver los 16 comentarios

_redbadge Follow @_redbadge
walnutsvalley @marcforne photobombing 🍌🍌🍌
marcforne @walnutsvalley lo viti! Hahaha
michete_photography Hi there, just wanted to say, I liked this pic. It was inspiring... Keep on posting!

5,904 Me gusta

7 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



marcfone • Seguir
Fondazione Serbelloni

marcfone "Objets Nomades" by @louisvuitton #ObjetsNomades #SalonedelMobile

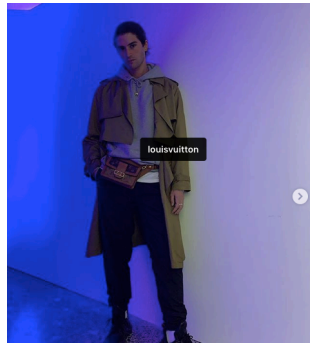
Ver los 10 comentarios

migveldem Beautiful
brendakarolayne_woww
iammegavlogs Beautiful pieces!
nyckbacey iwanna go

3,717 Me gusta

8 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o



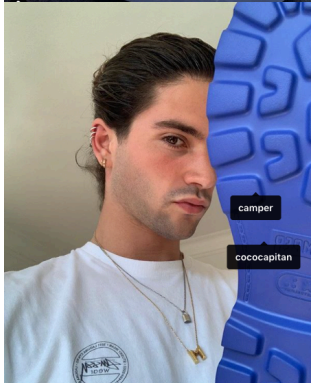
marcfone • Seguir
Milano City

marcfone @louisvuitton

Ver los 22 comentarios

bylorenzogil Este lookazo de @louisvuitton es lo más iammegavlogs
ilienafoma_Great look
claudiabeltran5 @soccerovello nononoo

6,522 Me gusta



marcfone • Seguir
Milano City

marcfone Tuesday blues.

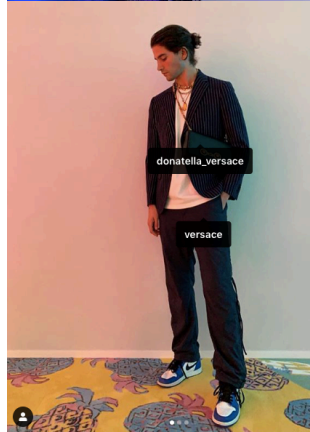
Cargar más comentarios

maya.spanu @sunnymissy_loi
alex_g12
jheccc
dwujajowy.vintydz You're so cute

9,448 Me gusta

9 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o



marcfone • Seguir
Versace

marcfone Villa @versace #VersaceHome #SalonedelMobile

Cargar más comentarios

gabrieloliveirah
mer.meland Nice Marc
javymark King
gabrieljimenez

10,052 Me gusta

9 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o



marcfone • Seguir
Jardins, Jardin aux Tuileries

marcfone Back in Paris

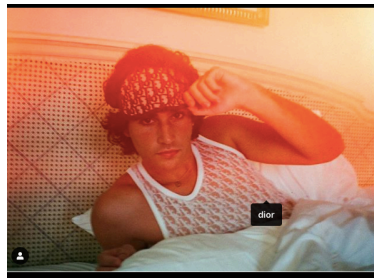
Ver los 17 comentarios

kennethpabon Love the neon
gianni_gasbarro
nathanlibra
iammegavlogs

5,056 Me gusta

10 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o



marcfone • Seguir
Ritz Paris

marcfone Bonjour Parea #1b January, analog by @cantarodealma

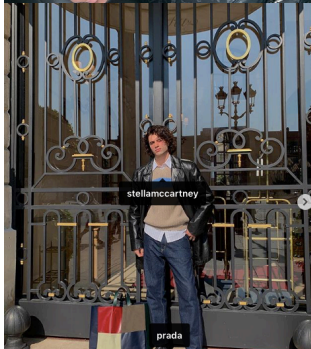
Cargar más comentarios

sebastianovecchi
bil_al_@christykey me
christykey @bil_al_lo!!!
ginette_ramirez I wish Join /Lolz/

10,366 Me gusta

11 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o



marcfone • Seguir
Ritz Paris

marcfone "leaves the hotel and realizes it's hotter (than expected)"

Ver los 28 comentarios

shouldbeapo Outfit goasaals
myflxprint
theo.dgt @clemerb j'aime pas ses cheveux long lol
clemerb @theo.dgt t'as point de goût

9,339 Me gusta



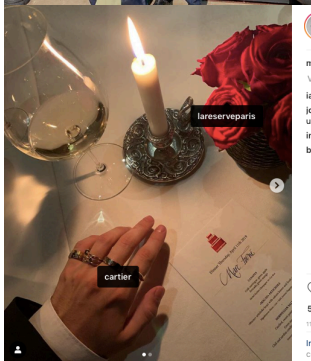
marcfone • Seguir
Ritz Paris

marcfone hey

Cargar más comentarios

brendakarolayne_ I can not stand the beauty of this man
bellesmetisses Great shot!
yu_luv_do

6,875 Me gusta



marcfone • Seguir
La Réserve Paris - Hotel and Spa

marcfone Dinner is served @cartier

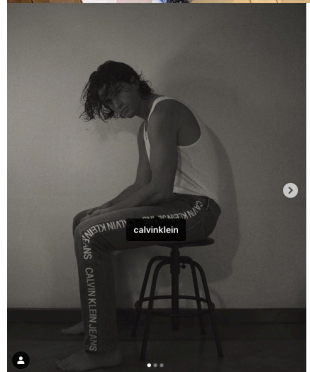
Ver los 15 comentarios

iamfrancis6
joonnavales @violetalopez algún día será una para mí
ines.moulin beautiful
brendakarolayne_

5,204 Me gusta

11 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o



marcfone • Seguir
Colaboración pagada con calvinklein

marcfone Mind full of jeans, palms and music... (link in bio for the whole #CKCOACHELLA collection) #mycalvins @calvinklein

Ver los 23 comentarios

pablospinosacorbacho Staguapo
pablospinosacorbacho Manunos asproves
heisgotthestyle Sicky
cindy_santiago

8,413 Me gusta

11 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o



marcforne • Seguir
Ritz Paris

marcforne 🍷🍷🍷
@dior
@mrkimjones
Cargar más comentarios

lrthwear 🍷
callme_jassina Avant-garde shoes
itamush 🍷
aoki_j 🍷🍷🍷

5,579 Me gusta
12 DE ABRIL

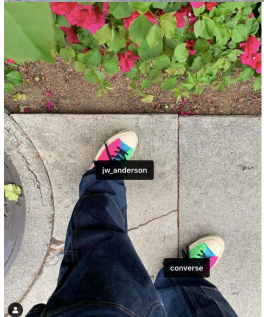


marcforne • Seguir
Le Marais - Paris

marcforne le Marais 🍷
Cargar más comentarios

joshijait 🍷
marcello_bello 🍷🍷
benncameron I'm dead 🍷
juanterpoilll @marcforne where did you get this coat? 🍷🍷🍷

6,473 Me gusta
13 DE ABRIL



marcforne • Seguir
West Hollywood, California

marcforne 🍷🍷🍷
Ver los 10 comentarios

simonnygard 🍷
fernandomeia_ @alesandro_vitiello le voglio così
alesandro_vitiello @fernandomeia_ riley.go.jp Do you ever get jet lagged?

2,970 Me gusta
11 DE ABRIL

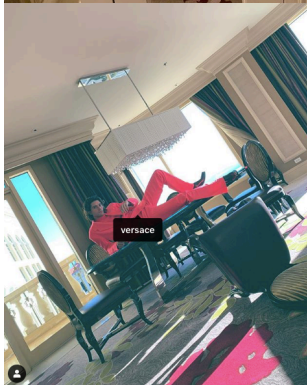


marcforne • Seguir
Bellagio Las Vegas

marcforne good morning Vegas 🍷🍷
Cargar más comentarios

itsallison body so fit and so full of sparks...
patrickquirky Okay pimp 🍷
yu_jur_do 🍷
tanishachanda 🍷

5,197 Me gusta
16 DE ABRIL



marcforne • Seguir
Bellagio Las Vegas

marcforne good morning Vegas 🍷🍷
Cargar más comentarios

egecilek mood
lovecrymatt Wowwww
standarnold Your tall!
patrickesguerra Awesome.

7,152 Me gusta
17 DE ABRIL



marcforne • Seguir
Colaboración pagada con Cartier
Ritz Paris

marcforne ROYAL vs REBEL
Who do you really think is the royal or rebel by heart, me or @pernilleteisbaek? Excited to be in Paris celebrating dualities #ClubDeCartier with my @cartier family. Follow the chain and see who's Queen, V or B @veronikaheibrunner @stevanboycom

Cargar más comentarios

tanishachanda 🍷
dangotieb 🍷🍷🍷
natalieoffduty Fabulous loves!
lyapex Terminator 🍷

12,709 Me gusta
10 DE ABRIL



marcforne • Seguir
Paris Aéroport - Charles de Gaulle (CDG)

marcforne my french affair with this robe is over 🍷 thank you @cartier for having me in Paris these past days!! (also swipe for Eiffel tower reinterpretation 🍷)

Cargar más comentarios

styleinscandinavia 🍷🍷
callme_jassina Those rings
alejandrandaz 🍷
brandonbeltran Big Mood! 🍷

9,153 Me gusta
14 DE ABRIL



marcforne • Seguir
California

marcforne April 15th
Los Angeles, CA
#mycalvins
@calvin klein

Cargar más comentarios

shivasorentine. What app did you use?
octaviusherrera 🍷
marcosmdam 🍷
redcarddealsreward Hey! MARC FORNE Get a \$100 Target Reward From Us!

7,856 Me gusta
16 DE ABRIL



marcforne • Seguir
Caesars Palace

marcforne Agua Santa
Cargar más comentarios

tanishachanda 🍷
niconox_ Awesome Outfit 🍷
sashnikolic Like it! 🍷

10,612 Me gusta
17 DE ABRIL

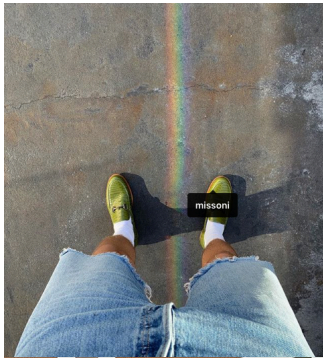


marcforne • Seguir
Las Vegas Nevada

marcforne 🍷🍷🍷
Cargar más comentarios

kenacho_fashionbrand Hey Marc Collab? Mag our main account @brvanucci 🍷 and let's get it happening 🍷
kerrygawlboddy No effort 🍷
kimoa3 🍷🍷🍷 Follow 🍷🍷🍷 me to have a copy of my amazing book --- coming out soon --- 🍷🍷🍷
lexianos 🍷🍷🍷

11,082 Me gusta
18 DE ABRIL



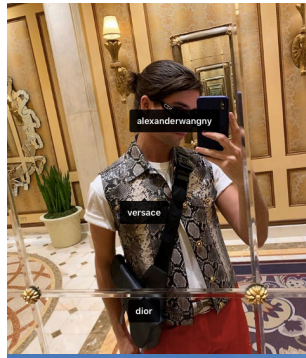
marcforne • Seguir
The Strip

marcforne they told me I'd find happiness at the end of the rainbow 🌈👟
@missoni

Cargar más comentarios

miguelmcosta 🍌🍌🍌🍌
pengpeng.wang_ So big your dick betoo_salazar (sk this photo make me so happy 🍌🍌🍌🍌
ileniatoma 🍌

8,432 Me gusta



marcforne • Seguir
Bellagio Las Vegas

marcforne 🍌🍌

Ver los 19 comentarios

poyvillanonte Vest mo ba yan, o balat mo?
🍌 So niceee 🍌🍌🍌
bl.ntang754 🍌🍌🍌🍌🍌
henryyeg90 Looking good 🍌
gabrieljimenez YES 🍌

5,618 Me gusta



marcforne • Seguir
Bellagio Las Vegas

marcforne @versace 🍌

Cargar más comentarios

carloalcala @alexdegastro alam no na...
betoo_salazar 🍌🍌🍌
brayanmess 🍌
lexianos 恭喜恭喜

7,761 Me gusta



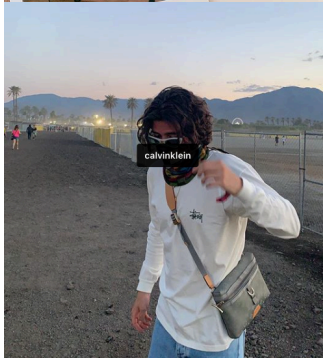
marcforne • Seguir
Palm Springs, California

marcforne 🍌

Ver los 25 comentarios

zaacchi piscadinha
lina_roka Damn 🍌
gabrieljimenez Omg 🍌🍌
lexianos 🍌🍌

9,877 Me gusta



marcforne • Seguir
Colaboración pagada con calvinklein Coachella valley

marcforne day 1
#mycalvins
#ckcoachella
@calvinklein

Cargar más comentarios

xoxogossip_boy What brad were the green jeans you were wearing on your road trip to Las Vegas? Were they Levi's???

juliaavx 🍌

gio.lucca the most stylish
freddrias 🍌

11,516 Me gusta



marcforne • Seguir
Palm Springs, California

marcforne 🍌🍌

Cargar más comentarios

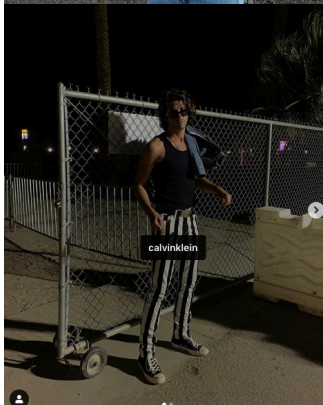
gabrieljimenez 🍌🍌🍌

dior Desert vibes and a transparent Dior Oblique printed t-shirt- we're all for it!

lina_roka Cactus 🍌

joshawharmes Clint Eastwood do you feel lucky punks

7,712 Me gusta



marcforne • Seguir
Colaboración pagada con calvinklein Coachella valley

marcforne last night
#mycalvins
#ckcoachella
@calvinklein

Cargar más comentarios

colehaley1 Well god damn
best_looks_style Very cool
daniel__mal 🍌
bloggers_boyfriend 恭喜恭喜

11,814 Me gusta



marcforne • Seguir
Palm Springs, California

Cargar más comentarios

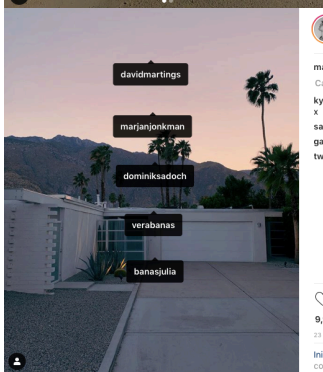
venseremosmas 🍌🍌🍌

venseremosmas Tu pelo 🍌

thecriststyle Looks like young Travolta 🍌

simonygard 🍌

11,252 Me gusta



marcforne • Seguir
Palm Springs, California

marcforne 'till next year

Cargar más comentarios

kyranrosssmith @bingbangbong47 let's go x

savagetastestudio Magical
gabrieljimenez 🍌
twinsforfashion 🍌🍌🍌

9,911 Me gusta



marcforne • Seguir
Comporta, Setúbal, Portugal

marcforne 8am heli ride

Ver los 23 comentarios

kimoa3 🍌🍌🍌🍌

kimoa3 🍌🍌🍌🍌 Follow 🍌🍌🍌🍌 me to have a copy of my amazing book --- coming out soon --- 🍌🍌🍌

erik Ok wow 🍌

all_rovi Golden boy 🍌

6,601 Me gusta

marcorne • Seguir
Colaboración pagada con boss
Comporta, Setúbal, Portugal

marcorne suit days in Portugal
#ManOfToday
#BOSSBottled
@boss

Cargar más comentarios

haranaz I Love your content! 🙌
@fish.o.fillet ai meu Deus
dielprada for the tea. 🍵

Personas etiquetadas

boss BOSS

20,870 reproducciones

26 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

themisspopo

marcorne REALITY or FANTASY
The duality of both parallel dimensions...
@pernilleteisbaek
@cartier
#clashdecartier
Follow the chain and see
@veronikaheilbrunner and @bryanboycom's
fantasy

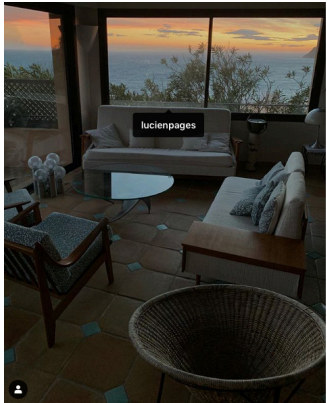
Cargar más comentarios

incikefalleri E yuh
davidssamuelko 🙄🙄🙄
pauul.muc 🙄🙄
frostybluewave A mix of both

1,930 Me gusta

27 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



marcorne • Seguir
Presqu'île de Giens

marcorne Hyères for the weekend 🍷
#Hyeres34

Ver los 20 comentarios

maeva_gamm Le Var ✅
maeva_gamm Le Var ✅
seanii 🍷

5,883 Me gusta

27 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



marcorne • Seguir
Hyères

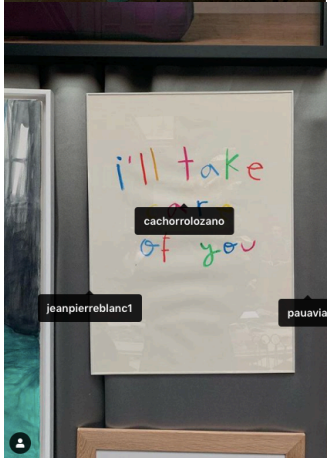
marcorne @jacquemus 🍷🍷
Cargar más comentarios

henryvega90 Nice 🙄🙄🙄🙄
heyerick_ 🍷
redpoint.fashion Wow! I love this style! 🙄🙄
skndnv_shop 🍷

13,389 Me gusta

28 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



marcorne • Seguir
Hyères

marcorne Third time posting this but this time without all the other slides from the exhibition as @instagram has deleted my post twice already... quite sad...
"Love My Way" an exhibition by Jean-Pierre Blanc and Pau Avia at the #Hyeres34 festival, loved it. xx

Cargar más comentarios

cacb_ There are worst problems in the world more important than a deleted post.
louisanyau Glad I saw it before it got taken down. Guess Instagram doesn't like dicks
fazilhan I'm so mad about this shit 🙄
tiptiptipray Check dm 🍷

8,426 Me gusta

30 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



marcorne • Seguir
West Hollywood, California

marcorne bye

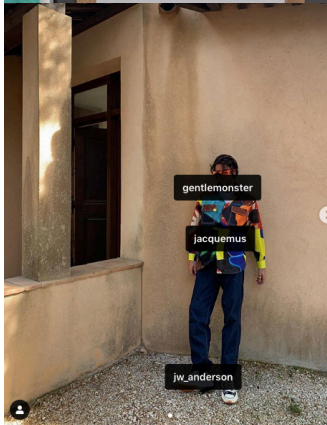
Cargar más comentarios

fabriciogodoyc @rogerioloz da muita vontade!!!!
gabrieljimenez 🍷🍷🍷
erickmalora Tirando flow loco 🙄
isaac_condosa I like it 🍷🍷

9,685 Me gusta

23 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



marcorne • Seguir
Hyères

marcorne 🍷
#Hyeres34

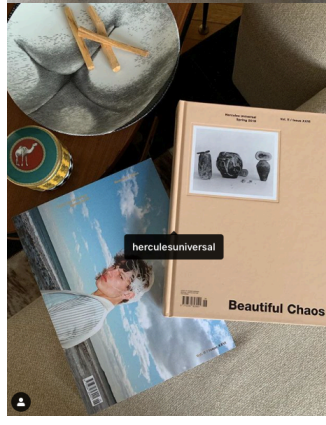
Cargar más comentarios

henryvega90 Love this 🙄🙄
heyerick_ 🍷
serpiente 🙄🙄
tiptiptipray 🍷

8,306 Me gusta

29 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



marcorne • Seguir
Milan, Italy

marcorne back home for a day #Milan

Ver los 6 comentarios

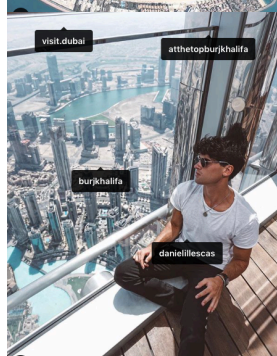
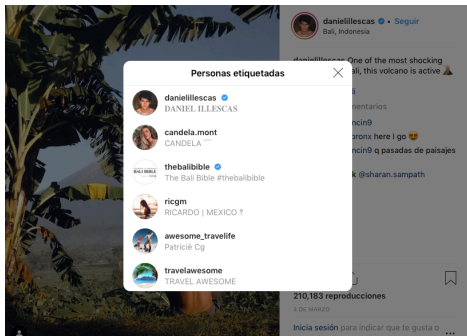
utopiatarifa 🍷
herculesuniversal 🍷🍷🍷
tanishachanda 🍷
lovecrymatt 🍷

3,025 Me gusta

29 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

Daniel Illescas (@danielillescas):





danielillescas • Seguir
Desert Safari Dubai

danielillescas The most important thing is to enjoy your life, to be happy, it's all that matters. @Jmfflores

@visit.dubai #mydubai #visitdubai

Cargar más comentarios

floorscheepers Dit wil ik xxxxxx
@larvgelederen

virgili_in_Claro @danielillescas el postreoo es lo de menos....

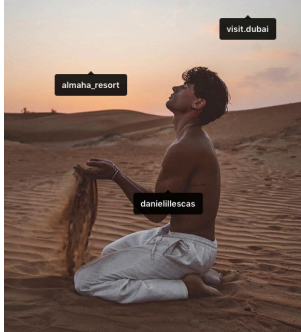
anitafogen @Jmfflores @danielillescas veniros a Kenia 🇰🇪 jja isia de Lamu os fiiparía!

cdffarosalia 🥰🥰

90,901 Me gusta

17 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



danielillescas • Seguir
Al Maha, A Luxury Collection Desert Re...

danielillescas The magic of a sunset @almaha_resort

@visit.dubai #mydubai #visitdubai

Cargar más comentarios

okay_dell @califscasaasaaaa dia lg berdoaa supaya lu nanti foto pake kurs! princetin.t 🥰🥰🥰

carfoos08_ADIOS @nataliaa.cs

nataliaa.cs @carfoos08 🥰🥰🥰🥰

59,984 Me gusta

18 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



danielillescas • Seguir
Barcelona, Spain

danielillescas Descubrir el mundo es increíble pero después de viaje tras viaje, jhay algo que siente mejor que disfrutar de una buena comida en una terraza al sol, con gran compañía para poder brindar por lo mágico en lo que puede convertirse un día cualquiera? 🥰

@cocacola_esp #JuntosSabeMejor

Cargar más comentarios

andonihw @m.nch

cn.mabelen 🍷❤

mrkomill 🍷👉

bydalija 🍷👉

50,820 Me gusta

29 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



danielillescas • Seguir

danielillescas We love life, not because we are used to living but because we are used to loving. @calvinklein

#ckone #konetribе #ad

Cargar más comentarios

bianca__salvatore Que belleza 🥰

ianbarbaa You are so SEXY @danielillescas

daliabonzi_ @lulorots_

alnalu_gali @sarrainieto

56,771 Me gusta

31 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



danielillescas • Seguir
Madrid, Spain

danielillescas Simplicity is the key of life

Cargar más comentarios

lisakelly2375 🥰🥰🥰

jonathaoivofficial Omg

bg.nerea @noella5mm los pelos 🥰🥰

icyblood33 So 80s 🥰

46,518 Me gusta

4 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



danielillescas • Seguir
Armani Hotel Dubai

danielillescas Amazing views from the room @armanihotelDub

#mydubai #visitdubai

Cargar más comentarios

the_ogblake Such an amazing view! 🍷

jennymms_ @andreapaez dónde queremos ir?

naito_future 🥰🥰🥰🥰🥰

Itb.channel Regardez mon profil, j'ai réalisé une vidéo de cette magnifique hôtel sur ma chaîne YouTube 🍷

54,054 Me gusta

17 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



danielillescas • Seguir
Tour Eiffel

danielillescas La vie est belle 🍷

@huaweimobilesp #Paris

Cargar más comentarios

bristowkimbely Son tan lindos su bronceado casi iguales se nota que hay muchas cosas que los unen y sus momentos que comparten son bellos es difícil hoy en día tener algo único lindo y noble que en ustedes se ve quizás son fotos pero es lindo ese cariño único que se entrega cuando es amor y lo dan a conocer bendiciones

liem_legal Eres solo mio! 🥰

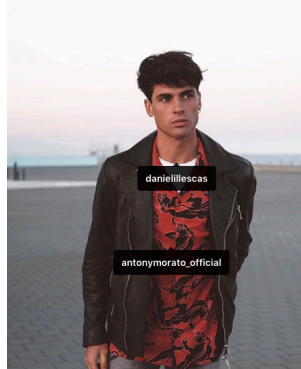
onacontreras_ @juliaoivermarti

cdffarosalia 🥰🥰

96,326 Me gusta

27 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



danielillescas • Seguir
Barcelona, Spain

danielillescas "Dressing is a way of life" 🍷

@antonymorato_official

#rockandgo #foughthelookingglass #ad

Cargar más comentarios

aylinyirtmaz Ah kalbin 🍷

danyruiz_1313 Hermosa camisa 🍷

clara_meseguer @sangerman69 cuando pásu lu crush

clara_meseguer @sangerman69 estos se notan que son modeloss de fotos

57,436 Me gusta

29 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



danielillescas • Seguir
Madrid, Spain

danielillescas MI PRIMERA QUEDADA EN MADRID 🍷 Empezoo nueva semana con muchas ganas... porque este viernes 5 de Abril de 18:00h a 20:00h estaré en el córner de perfumes @bulgariparfums de EL CORTE INGLÉS DE CASTELLANA me hace muchísima ilusión poder conoceros a todos, charlar con vosotros un rato y como no, hacernos muchas fotos! Os espero allí, y hasta el VIERNES 🍷🍷🍷🍷 Muchísimas gracias #NOSVEMOSELVIERNES

Cargar más comentarios

jhonyenglish @lulobrito vasi!

maribaterz_ Eeeeeeemmmmmmm una cosa @paula.gargallo

rydmhd2 🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰

73,582 Me gusta

1 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



danielillescas • Seguir
Madrid, Spain

danielillescas Let us run way and never look back 🍷

Mi nuevo look de @guess Eco orientado para disminuir la huella del carbono, menos emisiones de CO2 y todo de algodón orgánico 🍷 #GUESSECO #LoveGUESS

Cargar más comentarios

jaiddeepsingh Omgf gorgeous 🍷🍷🍷

naito_future 🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰

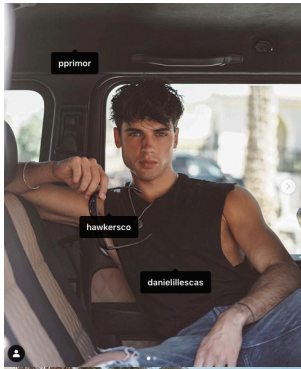
amaer_atni 🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷

tobias.bisgaard @mathildepetersson

54,534 Me gusta

8 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

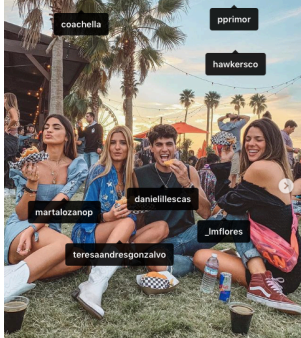


danielillescas • Seguir Palm Desert Country, California

The best is yet to come @hawkersco #coachella Cargar más comentarios jeciliar @teandro.2014 brtzzx @seanecami NO PUEDO PARAR, NO HAY FRENO seaneacami @brtzzx muy bebé danyruiz_1313

70,938 Me gusta 13 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



danielillescas • Seguir Coachella, California

COACH-ELLAS #coachella2019 Thank you @hawkersco @pprimor #coachella Cargar más comentarios llakshya Coachella 2020 in my bucket list menciaa.prado se junta mucho con tere mohamadmohamadi805 danyruiz_1313

100,186 Me gusta 16 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

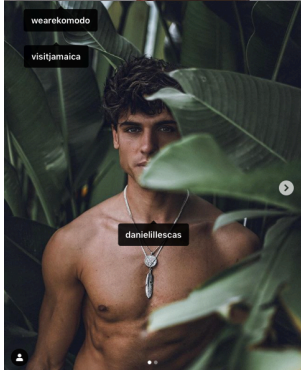


danielillescas • Seguir Los Angeles California USA

Little big world @pullandbear #pullandbearbyfadi #pullandbearcommunity Cargar más comentarios Vittoria.assisi eli_nace Por favor @mxn horafm Hermoso danyruiz_1313

51,449 Me gusta 24 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

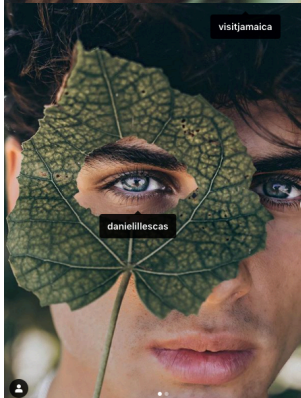


danielillescas • Seguir Negril, Jamaica

Love the life you live, live the life you love @visitjamaica #OneLove Cargar más comentarios martyblocker marinaamartoss @mariagurpide sultan_nicole danyruiz_1313

78,207 Me gusta 27 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

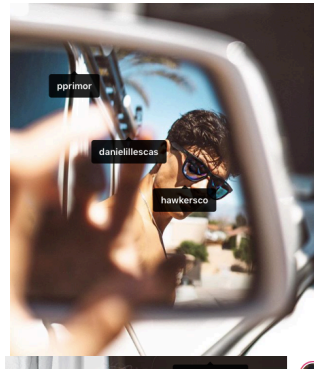


danielillescas • Seguir Jamaica

The eyes are the mirror of the soul @visitjamaica #OneLove Cargar más comentarios mm2_irononoseru @mc_shiori 目黒菫 nerea_053 eurcalixto Fotão!! danyruiz_1313 La mirada más hermosa

99,012 Me gusta 28 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

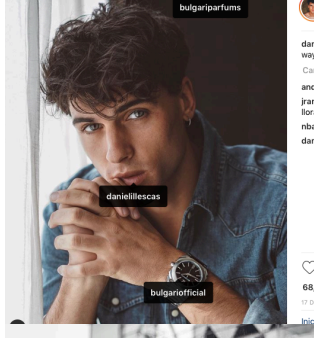


danielillescas • Seguir Coachella valley

Let's have some fun @hawkersco @danpho #coachella Cargar más comentarios naito_future karolla_99 MEGA FOTO ruslan_gumenny Nice photo danyruiz_1313

58,712 Me gusta 14 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

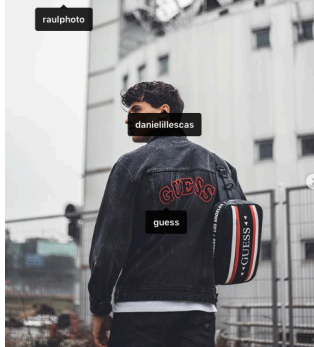


danielillescas • Seguir Madrid, Spain

It is not an attitude. It is the way I am. @bulgariofficial #cto Cargar más comentarios andreaguerrero3 @ramonn ramonn@andreaguerrero3 hashtag florardo nbacchus66 Niceee danyruiz_1313

68,819 Me gusta 17 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

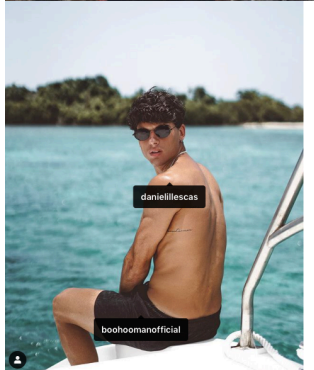


danielillescas • Seguir Madrid, Spain

It always seems impossible until it's done @guess #LoveGUESS Cargar más comentarios browzzin Awww that jeans jacket is everything bro tamara_vachanova martyblocker danyruiz_1313 Nice

47,560 Me gusta 26 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

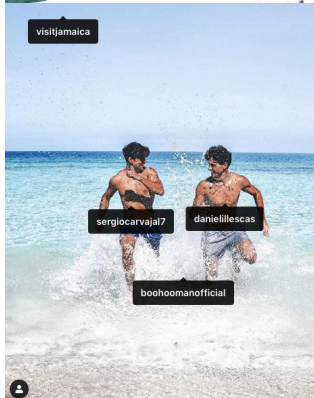


danielillescas • Seguir Negril, Jamaica

Life is either a daring adventure or nothing @boohoomanofficial use discount code DANIEL40 #Jamaica Cargar más comentarios meryksiyer @marjadiaz99 our face cuando la amiga me cambio la práctica a por sa y la publico más Agustí que na like a influseeh marjadiaz99 @meryksiyer JAJAJAJJ jmatejczyk Wow danyruiz_1313

54,875 Me gusta 28 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

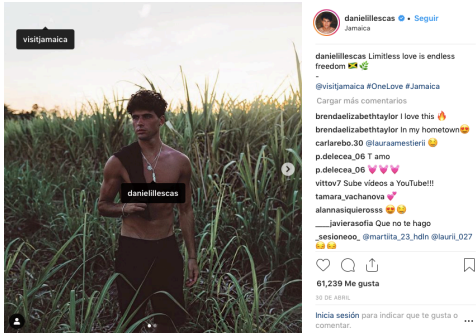


danielillescas • Seguir Jamaica

Good vibes. Everyday. All day. @sergiocarvajal7 @boohoomanofficial use discount code DANIEL40 #Jamaica Cargar más comentarios agustina_azcoaga @azul_seliman ahí estan maria_jimena_g.a jouzlin danna.ly72 Tio que guapos pacita.guevara Que ardientes marcco Hellaeah Folks I hope someone will see this. I'm 25 y old model I need promotion. Check my account and give me your opinion. lauriehernandez Y'all are some beautiful humans

55,596 Me gusta 29 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



Asempé (@asempé):



asempe • Seguir

asempe "Together Forever" #80s
Cargar más comentarios
depaysergarcon ¿Cuál es tu estatura?
jomevlvi This jacket is everything and beyond!
basthingi Nice look amazing
feu likeyoujacketbuddy

transitovintage

2,682 Me gusta

14 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

asempe • Seguir

asempe Weekend on point!
Cargar más comentarios
asempe @jefersontrotta muchas gracias
asempe @julia.zhda thanksss
asempe @sweetie_ofpravenm thanksss
asempe @syaz1717

edimmond

1,776 Me gusta

16 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

asempe • Seguir

asempe Energy needed
Cargar más comentarios
neculstancu
ahmedz
eladiotres_official Thats a fantastic shoot of you!! I love it
bradleybraahart CUUUUTE

onaminsta

3,202 Me gusta

20 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

asempe • Seguir

asempe Summer'19 keep loading please!!
Today wearing @mikakus kicks
Cargar más comentarios
hidermah Nice Outfit
brows_brand
_lammariano Awesome color comb man
th0omb

mikakus

4,150 Me gusta

25 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

asempe • Seguir

asempe Ideas idea! Let's write them down!
@bolvaint #Bolvaint Happy Week!
Cargar más comentarios
asempe @diegobittersweet
asempe @degoista
asempe @averobles
javierollero Nice details!

bolvaint

1,059 Me gusta

24 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

asempe • Seguir

asempe This was the weekend! Mediterranean adventure with the new #ToyotaCHR @toyota_esp Os tengo que contar que ha sido mi primera vez con un híbrido y me ha encantado! Además de su arranque silencioso y etiqueta ECO. ¡Contadme vuestras experiencias con un híbrido!
#ToyotaHybrid
Cargar más comentarios
asempe @karalmargi
asempe @david_xo101
asempe @gutin
asempe @mandolis28 thanksss

toyota_esp

2,738 Me gusta

25 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

asempe • Seguir

asempe Back in town!
Cargar más comentarios
asempe @paulabaset
asempe @renatoliveira
asempe @kiliansevilla thanksss
feu yaayy

mikakus

2,820 Me gusta

27 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

asempe • Seguir

asempe Here we go spring! Not without my @northsails_collection
#GoBeyondStreet #NorthSailsMoment
Cargar más comentarios
asempe @michael_mann72
asempe @albar
asempe @cuatroartists thanksss
asempe @abelgarma ya te digo!!

northsails_collection

2,874 Me gusta

29 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

asempe • Seguir

asempe Hey Sunday!
Cargar más comentarios
asempe @sara2_6
asempe @jefersontrotta thanksss
virsangarcia Ese look no me gusta. ME ENCANTA
iamrohitkoul

onaminsta

3,743 Me gusta

31 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

asempe • Seguir

asempe Detailed kind of Sunday
Cargar más comentarios
asempe @carlos_mariavj thanksss
asempe @mateja_wild muchas gracias!!
asempe @polmartiruz es de Ermengildo Zegna! Pero es antiguo!
asempe @juanmanuelgm

zegnaofficial

onaminsta

hollisterco

mikakus

2,460 Me gusta

31 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



asepe • Seguir
Madrid, Spain

asepe 24/7 🌸 ¡Buenas tardes chic@s!
👉👉

Cargar más comentarios

asepe @averobles 🙏🙏

asepe @garaygreen gracias a mi perla

asepe @rareriror1 pues @thecolvinco es lo más!

asepe @nachocirujano 🙏🙏🙏🙏

1,453 Me gusta

3 DE ABRIL



asepe • Seguir

asepe Fresh and simple! 🌸🌸

Cargar más comentarios

viadialvalentine This so gorgeous shot 🌸🌸🌸🌸

mahogany_peony 🙏🙏🙏🙏

tiagobarreiros.by.me Pretty Nice 🙏🙏

ivanmunozf De donde son los pantalones? 🙏

3,547 Me gusta

8 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



asepe • Seguir

asepe Keep on going 🌸 @malmok7m 🏠

Cargar más comentarios

asepe @crystalsold thanksss

asepe @kilansevilla gracias

asepe @teamvivanucci_scout_ 🙏🙏🙏

crystalsold @asepe you're welcome 🙏🙏

2,972 Me gusta

11 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



asepe • Seguir

asepe Breakfast on point please!! 🍳 No se si os pasará, pero muchas veces me voy a la cama pensando en lo que voy a desayunar 🙏🙏 Os quería comentar que en @philadelphia_es siguen de 🌸 SORTEO 🌸 con el reto #DaleJajajaLaTostada para ganar premios 🙏 (Téneis más info en mi story) #Ad 🙏🙏

Cargar más comentarios

asepe @jefersontrotta 🙏🙏🙏🙏 jajajaja

asepe @iamjullancg 🙏🙏🙏

isaac_condosa @asepe

crystalsold @asepe 🙏🙏

1,352 Me gusta

15 DE ABRIL



asepe • Seguir
Palacio De Rojas

asepe Let's go! Any recommendations?? #ContentCreationDay 🌸

Cargar más comentarios

asepe @virsgarcia 🙏🙏🙏🙏

asepe @thelundeblog thank you!!

virsgarcia @asepe jajaja me has pillado que llevo gafas?

ruccaballero @asepe lo sé 🙏🙏🙏

2,403 Me gusta

16 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



asepe • Seguir
Plaza Santa Ana

asepe The perfect helper at home! @rowenta_es 🌸 #SmartForceEssentialAqua 🌸 os quiero presentar mi nuevo juguete que friega y aspira a la vez, y es completamente autónomo, por lo que me permite tener mayor tiempo libre 🌸🌸 Te atreves a probarlo @jefreyarreno? #HouseProudRowenta 🙏

Cargar más comentarios

asepe @rrogerdori muchas gracias 🙏

asepe @rowenta_es 🙏🙏🙏🙏

asepe @allanbooshar 🙏🙏🙏🙏

guillemgaray @asepe ay manoteeeeeee 🙏

2,774 Me gusta



asepe • Seguir
Palacio De Rojas

asepe The perfect way to start the holidays!! @edmond // @palaciode Rojas 🌸

Cargar más comentarios

crishtyle 🙏🙏

sebastian_vogel_muc 🙏🙏🙏

yuvraj Vespa + vans 🙏

sergio_darta01 Me encantan esas Vans!! Donde las compraste?

3,701 Me gusta

18 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



asepe • Seguir

asepe Skin matching my t-shirt! Need sun 🌸!!

Cargar más comentarios

shouldbeapo Super cool shot 🙏🙏

myflexprint 🌸

tiagobarreiros.by.me Pretty Nice 🙏🙏

eddycakaj Nice shot 🙏🙏

3,182 Me gusta

19 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



asepe • Seguir

asepe Need a break 🙏

Cargar más comentarios

asepe @soufan_buchta thank you

asepe @jefersontrotta 🙏🙏🙏🙏

quikeadimon @asepe siempre se quiere más jajaj

jstonevel Javea... Sure 🙏

2,677 Me gusta

12 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



asepe • Seguir
Me Madrid

asepe Y ya van 4 años con @asepe y no podría estar más feliz 🙏🙏 y que menos que daros las gracias a cada uno de vosotros por este apoyo recibido con este 🌸 MEGA SORTEO 🌸 junto a mis amigos de @me_by_melia 🌸

Sorteo una estancia de DOS noches para DOS personas en ME Madrid o en ME Sitges (siempre bajo disponibilidad) 🙏

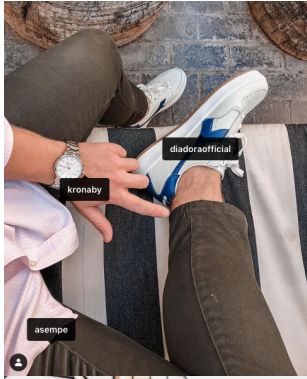
Para participar:

- 🌸 Seguirme en mi cuenta @asepe y a la cuenta @me_by_melia
- 🌸 Dale like a la foto
- 🌸 Menciona (en forma de comentario) a la persona con la que os gustaría compartir el premio
- 🌸 Puedes comentar las veces que quieras, pero mencionando siempre a amigos distintos y reales

4,751 Me gusta

15 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



asempo • Seguir

asempo Easter details! @diadoraofficial @thisisglobally

Cargar más comentarios

debergeckveronique 🍷🍷🍷

itsdanmouzi 🍷

...yuvraj_ Slick kicks

molessrr! Vaya zapas chulas!

1,703 Me gusta

19 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



asempo • Seguir

Palacio De Rojas

asempo Night night

Cargar más comentarios

firenze008 @asempo No worries mant!

ljbmartin04 @asempo espero que por fin el tiempo me dé una tregua. Me da ajetreo creo que nunca había llovido tanto en Valencia.

chris_telle_18 J'adore cet outfit!

adrianpedraja_Estilazo!!!

2,723 Me gusta

22 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



asempo • Seguir

asempo ¿Y vosotros que decís, con o sin barba? Me pilláis probando la nueva #XtremeUltraflex de @wilkinson.es que es flexible gracias a su Pivot Ball y se adapta a cualquier contorno del rostro para dejarte la cara como la de un bebé #WilkinsonSword #flexibility

Cargar más comentarios

asempo @victormanuel3192 muchas gracias

asempo @kilianevilla thanksss

asempo @agalpa

jcain

2,686 Me gusta

24 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



asempo • Seguir

asempo This place!! @palaciode Rojas Happy weekend!

Cargar más comentarios

asempo @a_bonilla es de Zara! Pero tiene como cuatro años!

asempo @isaac_condosa

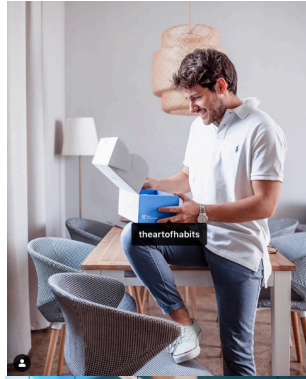
isaac_condosa @asempo

oronzothegreat Which brand is the bag?

2,719 Me gusta

28 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



asempo • Seguir

asempo "We all know that successful people keep good habits" Os presento @theartofhabits la primera caja en el mundo para promover el desarrollo de buenos hábitos relacionados con la salud, la riqueza y por supuesto la felicidad. Tenéis el link en mi bio, por si queréis investigar.

Cargar más comentarios

asempo @chitery thanksss

asempo @niguelalemanstyle

asempo @ayyozfamaae

mateja_wild Investigaré, me pica la curiosidad

2,621 Me gusta

21 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



asempo • Seguir

El Papagayo del Carmen

asempo Lunch at this place @elpapagayodelcarmen

Cargar más comentarios

asempo @alejandrolobo_ es lo más!

asempo @bdezaa venteeeee

asempo @malmok7m

asempo @tomarakbrand yess

1,099 Me gusta

23 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



asempo • Seguir

asempo Keep in it simple with my details //

Cargar más comentarios

jeferonsrotta Nice

jeferonsrotta Nice

aryramosf @asempo thk

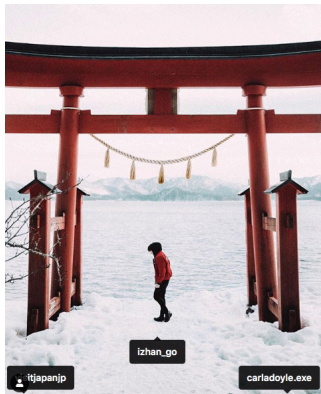
sara.consuelo Nice

2,208 Me gusta

25 DE ABRIL

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

Izhan (@izhan_go):



izhan_go • Seguir
Gozanishi Shrine

izhan_go eht cómo te descúides me quedo a vivir en Japón ¿te imaginas videos míos aquí?

#tohoku #japan @visitjapanjp

Cargar más comentarios

veronicaziusudra Dios mio ... vaya foto! Te habrás quedado a gusto, mocheuelo. Y Japón muy bonito para viajar, pero para vivir no se yo que decite. VUELVEEE

beaprz03 @antonella07_hermosa

osmany_95 brutal

clarilita49 Te imaginas regalando a suscriptores billetes de avión a Japón? JAJAJA

mrjorgepla Si en Bcn haces unos videaos ahora en Japón ya me imagino

16,097 Me gusta

1 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



izhan_go • Seguir
Tokyo, Japan

izhan_go **Tokio y su caos** (foto al video) → Pero uno bonito, estriidente, muy vivo y al que voy a volver a ver este año Si O Si aunque sea para comer Taiyaki jajajaja

PD: estoy viviendo en el ordenador desde que llegue para sacar los 5 videos que tengo entre manos, entre ellos el de Tokio y con esta intro mezclado con mis referencias de anime! ¿Os mola?

#tokyo

Cargar más comentarios

pame.134 @marcelo_jis

marcelo_jis @pame.134 uuuu quiero aprender a editar así

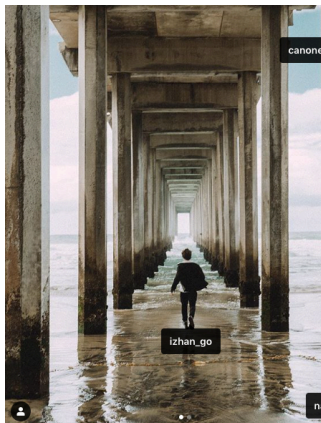
ouilliams brutal el video

vacunante increíblemente buena rrrrrrr

32,714 Me gusta

9 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



izhan_go • Seguir
San Diego, California

izhan_go "Vivir la vida de acuerdo a las cosas que te motivan" (con video) 🌟

Me flipa la frase "lo más valioso que tienes es que estás vivo". Nuestro viaje a centro América tuvo sus momentos como acabar en una de sus mejores playas de San Diego, SOLOS en este pedazo de spot.

Foto realizada con la Canon EOS R #EesR

Cargar más comentarios

rocio_m_a Un boomerang con sonido de esos gritos al tirarlos xfavor

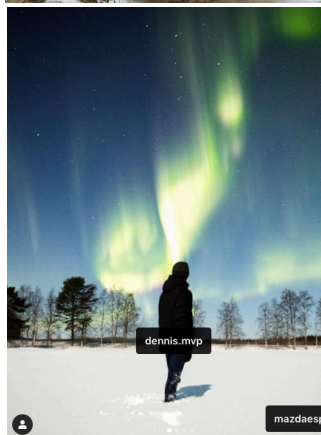
syalynx

organic_blossom maybe somebody of you would be interested in aesthetic account, thanks for your attention, go and check

29,343 Me gusta

25 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



izhan_go • Follow
Finland

izhan_go Cazando auroras boreales! + video ¿con quien irías a verla? menciona a tu compi de auroras 🌈 🇫🇮

Momentazo de vida que nos regaló @mazdaespana a mi hermano y a mi, ya os digo que es algo que hay que ver con tus propios ojos! Que seese mueveee en el cielo! Brutal os lo prometo, quería sacarlo con video para qué vierais todo lo que había detrás de esta foto <3

#mazdacs5 #drivetogether

Load more comments

claudieetres wow, creo que la palabra que lo define sería sublime, si la hay claro! Me alegro muchísimo por ti y por los que han ido pronto a poder verla en persona. aliiiiín

25,163 likes

APRIL 20

Log in to like or comment.



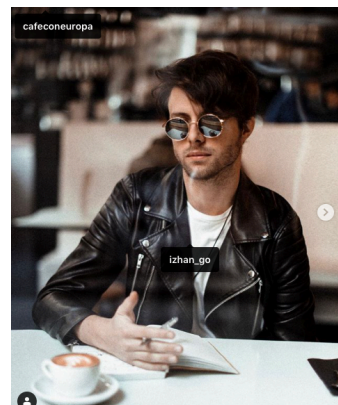
izhan_go • Seguir
Tohoku region

izhan_go Lo llevo hablando todo el viaje, Japón tiene algo. Algo que va más allá de los ledes gigantes, los animes, la gastronomía o cosas Kawaasiiii. Tiene a su gente, cuando conoces más a fondo Japón, tienes conversaciones en japonés, (soy malísimo por cierto jajaja) te pierdes en zonas tradicionales y recibes toda esa ayuda, preocupación y generosidad solo te preguntas una cosa: ¿Por qué el resto del mundo no funciona igual?

12,225 Me gusta

3 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



izhan_go • Seguir

izhan_go Mira este es el plan. El futuro está a la vuelta de la esquina y todos queremos cambiar algo. Así que como los chicos de @cafeconeuropa están viajando por toda España escuchando vuestras ideas y contando qué puede hacer Europa por vosotros!

Atentos a stories para saber como asistir a la fiesta de cierre de la campaña en Madrid donde sortearán un viaje a Bruselas para dos personas! Si ganáis podríais llevarme hehehe

PD: parece o no que esté montando un plan de peli en la foto? JAJAJA

#CaféconEuropa #UnCaféyelocUento

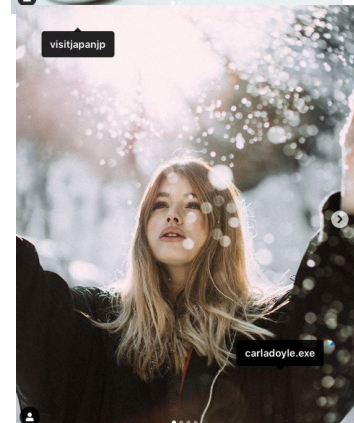
Cargar más comentarios

laurasanchez364K nroth nna

24,608 Me gusta

10 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



izhan_go • Seguir
Tohoku

izhan_go Hay algo más difícil que hacer fotos cuando hace TANTO FRIO? jajajaja (video al final)

Y para colmo @carladoyle.exe no sabia lanzar nieve pero al final lo conseguimos!!!!

Cargar más comentarios

arveurie1 ❤️

sergheprisacari The third portrait the lens flaire awesome

morphteem13 @carladoyle.exe lanzar nieve de forma artística jajaja artística no se hace, se nace querida 🤗 jajaja

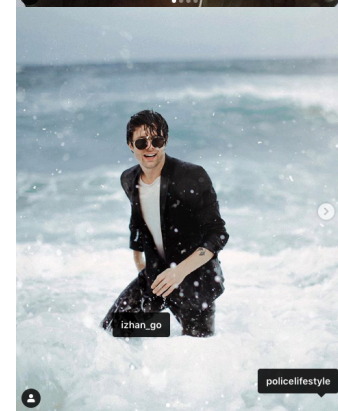
izhan_go @sergheprisacari Yeah! the 50mm 1.2 of canon is a beautiful lens! 🤗

izhan_go @blanca_castellvi graciaaaaa, de verdad 🤗

18,479 Me gusta

27 DE MARZO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.



izhan_go • Follow

izhan_go Se que no estamos en verano pero si me hubiera esperado no habría sido una locura! ¿Cuál queréis que sea la siguiente? (con VIDEO)

5 LOCURAS x 5 FOTOS con @policfestyle 🌟

Cada vez me gusta más hacer post con videos y esta vez quería hacer junto a Police una serie de locuras!

Y para la primera va y me hace UN VIENTO, estuve a nada de echarme para atras pero entre risas y bromas al final me metí y jajajaja me comi alguna que otra ola.

1 de 5 hechal

#policestunglasses #5locurasx5fotos #adv

25,284 likes

APRIL 23

Log in to like or comment.

Kikillo (@kikillovlogs):

