

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**



TITULO:

ESTRATEGIA DE MARKETING PARA VALESIVAR

PRESENTADO POR:

CARNET

Br. PAMELA LISETH PADILLA OSEGUEDA

(PO11007)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN DE MEDIOS
DIGITALES Y REDES SOCIALES PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN PERIODISMO**

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
LICENCIADA SILVIA MARIA ESTRADA**

**COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADO
MTRO. YUPILSINCA ROSALES CASTRO**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN
SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, OCTUBRE DEL 2021**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

VICERRECTOR ACADÉMICO

PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

ING. JUAN ROSA QUINTANILLA

SECRETARIO GENERAL

ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

FISCAL GENERAL

LIC. RAFAEL HUMBERTO PENA LARÍN

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

MSC. ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

VICEDECANA

LICDA. SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

SECRETARIO DE LA FACULTAD

MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

JEFE DE DEPARTAMENTO

MSC. CARLOS ERNESTO DERAS

COORDINADOR GENERAL DE LOS PROCESOS DE GRADO

MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

SILVIA MARÍA ESTRADA

ÍNDICE

RESUMEN.....	ii
INTRODUCCIÓN.....	iii
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA.....	4
OBJETIVOS DE LA MARCA	5
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA.....	6
ANÁLISIS FODA	7
REDES SOCIALES DE LA MARCA.....	8
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	9
BUYERS PERSONA	12
CANALES DIGITALES Y LÍNEAS DE CONTENIDO	13
CALENDARIO DE CONTENIDO.....	16

RESUMEN

En este informe se presenta la aplicación de las competencias adquiridas en el Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales, en el cual se ha creado una marca personal para productos o servicios. El objetivo principal es detallar los pasos a seguir para crear una estrategia de marca digital, que permita al emprendedor posicionar sus productos o servicios de forma adecuada, asegurando que esta información llegue a clientes potenciales. Este proceso comienza desde la concepción y creación del logo de la marca, descripción, situación actual, oportunidades, debilidades y amenazas, así como también un análisis a la competencia, identificación de buyer persona, canales digitales y líneas de contenido. En conclusión, la creación de una estrategia de marca es esencial para el éxito de un emprendimiento o empresa pues genera posicionamiento en el mercado y aumenta de fidelización de los clientes mediante técnicas de publicidad, marketing digital, entre otros.

Palabras clave: estrategia de marca, redes sociales, emprendimiento, contenido.

INTRODUCCIÓN

Los Medios Digitales y redes sociales son el resultado de la evolución de los medios de comunicación tradicionales. Esto ha revolucionado la forma en la que las personas se comunican e interactúan con los demás. Desde la creación de Internet, se han abierto espacios para difundir información de forma rápida, hacer negocios, comprar o vender productos y servicios, entre otros.

También se ha propiciado la publicidad en línea o Marketing Digital, la cual es una forma eficaz para que las empresas presenten sus productos y servicios a un público específico a través de redes sociales.

El presente informe tiene el objetivo de detallar la estrategia de marca de “ValeSivar”, la cual ofrece a sus consumidores zapatos artesanales modernos, cómodos y de gran calidad. Con esto se pretende que la marca atraiga y fidelice clientes, genere confianza y credibilidad en el mercado y se diferencie de la competencia para aumentar su posicionamiento en el mismo, lo que en un futuro se traduciría a mayor rentabilidad.

Es importante recalcar que este documento recopila las competencias adquiridas en el Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales y presenta una serie de pasos a seguir para crear una estrategia de marca, el cual tiene como resultado la creación de un calendario de contenido para redes sociales incluyendo la planificación, organización y contenido visual que podría ser utilizada.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

La marca “ValeSivar” surge al identificar una brecha en el mercado local de calzado y la oportunidad de llenarla con zapatos de enfoque artesanal y diseños únicos que ofrezca al mismo tiempo durabilidad y comodidad a los usuarios. Otra de las motivaciones para crear esta marca ha sido la falta de oportunidades laborales en el país, que ha llevado a muchos salvadoreños a emprender utilizando redes sociales y medios digitales.

Actualmente la marca se encuentra en una etapa de introducción o etapa de lanzamiento, en la cual el enfoque principal ha sido presentar los productos al mercado y generar demanda entre los consumidores. La herramienta principal para llevarlo a cabo han sido las redes sociales, donde los clientes pueden visitar el catálogo de calzado, imágenes de referencia, información útil para elegir la talla adecuada y asesoría personalizada desde la comodidad de su hogar, evitándose tráfico, falta de tiempo, entre otros problemas que puedan evitar que realicen sus compras.



VALESIVAR
DISTRIBUIDORA Y ASESORA DE CALZADO SALVADOREÑO

Valesivar es un emprendimiento que nació hace seis años, actualmente distribuye la marca de calzado artesanal DANA y brinda asesoría a pequeños emprendedores

- Negocio en línea en San Salvador
- La red social de preferencia es Facebook y WhatsApp
- Cuenta con 75 mayoristas a las cuales les distribuye el calzado
- Cuenta con envíos a todo El Salvador
- Sueña con llegar a tener una tienda en un centro comercial y también con poder asesorar a más emprendedoras
- Le gusta ofrecer a sus clientes calidad de calzado con estilos en tendencia

OBJETIVOS DE LA MARCA

Objetivos Generales

- Posicionamiento SEO de la marca “ValeSivar”
- Ventas los primeros 3 meses con un mínimo de 12 clientes.

Objetivos Específicos

- Brindar atención a la cliente personalizada
- Aumentar la interacción en redes sociales con potenciales clientes
- Incrementar seguidores en las redes sociales de la marca.
- Establecer la ventaja competitiva de la marca para obtener fidelización de los usuarios.

KPI's

Este término se refiere a Indicadores Clave de Desempeño, por sus siglas en inglés y comprende una serie de métricas utilizadas para analizar la eficiencia de las acciones que se llevan a cabo en una empresa o negocio.

Para la marca “ValeSivar” se establecen los siguientes indicadores:

- Aumento en el número de seguidores
- Publicaciones con comentarios
- Publicaciones con “me gusta”
- Tiempo de respuesta a consultas en mensajes privados
- Cantidad de personas alcanzadas con las publicaciones en redes sociales
- Uso de hashtags en publicaciones de redes sociales
- Uso de leads en publicaciones de redes sociales
- Segmentación de mercado correcta en las publicaciones de redes sociales

DESCRIPCIÓN DE LA MARCA

La marca “ValeSivar” es un distribuidor oficial de la empresa DANA. Se ofrece calzado de mujer al por mayor si se compran más de 6 zapatos y al por menor, los cuales son modernos, en tendencia, de gran calidad y confort para los usuarios. La marca cuenta únicamente con tienda en línea y se mantiene en stock de diversas tallas y colores.

Algunos estilos son:

- Plataformas elásticas
- Sandalias bordadas
- Plataformas de yute en punta cuadrada
- Estilo alpargata
- Estilo romano
- Sandalia de plataforma con brillo
- Sandalia de piso en punta cuadrada
- Sandalia de piso con perlas
- Colección Dana Kids

Por otro lado, la marca cuenta con asesorías para los clientes mayoristas con información sobre cómo comenzar tu negocio junto a ValeSivar, beneficios de obtener productos Dana, información de fechas y pedidos.

ANÁLISIS FODA

Como lo indican sus siglas, el análisis FODA permite conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa o proyecto. Esta herramienta permite conocer aspectos internos y externos de la marca, los cuales serán tomados en cuenta al momento de tomar decisiones y elaborar estrategias (Silva, 2021)



REDES SOCIALES DE LA MARCA

Las redes sociales son una herramienta crucial para los emprendimientos de hoy en día. Al utilizarlas, los emprendimientos pueden llegar a una audiencia más amplia, mejorar su alcance y visibilidad en línea, y conectarse con sus clientes de manera más efectiva. Las plataformas de redes sociales también permiten a los emprendimientos involucrarse en conversaciones con sus clientes y recibir retroalimentación en tiempo real, lo que les ayuda a mejorar la calidad de su servicio y productos. Además, las redes sociales pueden ser utilizadas para crear y compartir contenido útil y relevante, aumentando la confianza de los clientes en la marca. (Castro, 2021)

Por estas razones, la marca “ValeSivar” utilizará las siguientes redes sociales:

1. **Facebook:** sus funciones permiten distribuir y promocionar el contenido. aumentar la visibilidad de tu marca.
2. **Instagram:** es una plataforma destinada a generar impacto con el contenido visual. Y utilizar los hashtags para generar un gran alcance.
3. **TikTok:** es una red social en crecimiento que ofrece muchas oportunidades para exposición de la marca y creación de contenido novedoso y creativo
4. **WhatsApp:** mensajería, llamadas de voz y videollamadas instantáneas gratuitas.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Es importante conocer a la competencia de un emprendimiento porque permite identificar tanto las fortalezas como las debilidades propias en comparación con las de los competidores, reconocer tendencias y cambios en el mercado, aprender de las mejores prácticas y estrategias exitosas de la competencia, así como adaptar y ajustar la estrategia de negocio para mantenerse competitivo. Además, el conocimiento de la competencia permite diseñar mejores estrategias y desarrollar un mayor conocimiento del mercado y su dimensión.

A continuación, se muestra una tabla con 3 negocios salvadoreños considerados como competencia directa, muchos de ellos tienen presencia en algunas de las redes sociales manejadas por la marca “ValeSivar”.

Nombre de la competencia	Facebook	Instagram	Tik Tok	WhatsApp
Importadora Brasil	X	X		X
Distribuidora Santiago	X	X		X
ADOC	X	X		X

Importadora Brasil

La importadora Brasil distribuye calzado al por mayor de marcas 100% brasileñas y cuenta con un sólido prestigio en el país.

Asimismo, cuentan con asesoría para emprendedores que desean comenzar o impulsar su negocio.

Por otro lado, poseen una gran variedad de estilos, desde colecciones para niños, hasta zapatos formales y deportivos. Cuentan 12 mil seguidores en Facebook y 8,981 seguidores en Instagram. Poseen un almacén central en San Salvador y distribuyen al menos 8 marcas, entre ellas:



Distribuidora Santiago



Es una empresa que se dedica a la comercialización de calzado al por mayor (desde la media docena), cuenta con diversos estilos, entre ellos sandalias artesanales, sandalias de EVA (etil-vinil-acetato), así como zapatos casuales y tenis a precios accesibles.

Se encuentran ubicados en San Salvador y ofrecen atención al cliente en canales como WhatsApp, Facebook e Instagram. En Facebook cuentan con 60 mil seguidores.

ADOC

Desde sus inicios siempre se han empleado materiales de alta calidad, maquinaria y técnicos especializados en calzado para ofrecer excelentes



productos que cubran las necesidades de nuestros clientes. La empresa cuenta con 300 mil seguidores en Facebook y 119 mil seguidores en Instagram y múltiples agencias a nivel nacional.

En el transcurso de los años se han incorporado marcas internacionales de calzado y ropa con el objetivo de crear una experiencia completa de compra en las tiendas como Hush Puppies, CAT, The North Face, Par2.



BUYERS PERSONA

Un buyer persona es una representación de un cliente ideal que se utiliza para orientar la estrategia de marketing de una empresa. Es importante determinarlo para un emprendimiento porque permite conocer mejor a los clientes potenciales y crear estrategias más efectivas y enfocadas en satisfacer sus necesidades y deseos. (Mendoza, 2021)

El buyer persona ayuda al emprendimiento a comprender el comportamiento y las motivaciones de sus clientes, informando la toma de decisiones en cuanto a la creación y promoción de productos y servicios.

En resumen, determinar el buyer persona es fundamental para el éxito de cualquier emprendimiento, ya que permite crear una estrategia de marketing más enfocada y efectiva para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes, incluso antes de que estos se den cuenta de lo que quieren.

Buyer persona 1:




PAMELA OSEGUEDA
PERIODISTA Y EMPRENDEDORA

Pamela es egresada de la carrera de Periodismo, es fotógrafa de una marca de calzado salvadoreño, tiene 28 años, vive en San Salvador, le encanta leer libros y es una emprendedora desde hace seis años.

-  Vive con su pareja e hija en San Salvador, disfruta el tiempo en familia
-  Es egresada de la Universidad de El Salvador de la carrera de Periodismo
-  Sueña con que su negocio crezca tanto que tenga que dar empleos a mujeres trabajadoras
-  Cursa un diplomado en Marketing Digital
-  Le encanta comprar a pequeños emprendedores online
-  Quiere trabajar de periodista y adquirir toda la experiencia posible

Buyer persona 2:



MARTA WILSON
ESTUDIANTE DE DISEÑO Y COMUNICACIONES


Edad: 20
Sexo: Mujer
Estudios: Diseño
Localización: La Libertad

Descripción:
Apasionada por la moda y el diseño. Es una persona creativa, valora la individualidad y busca constantemente formas de expresar su estilo único a través de su vestimenta. Le gusta estar a la vanguardia de tendencias.

Objetivos:

- Vestir a la moda según su propio estilo.
- Valorar la comodidad y la funcionalidad.
- Obtener un precio asequible

Personalidad:



Frustraciones:

- No poder obtener una buena relación calidad-precio en su calzado.
- No poder vestir a su estilo.

Intereses:
Viajar, quedar con amigos, cocinar, bailar, cantar

¿Cómo ayudarlo?
Brindarle las opciones más nuevas y en tendencia del catálogo a un precio asequible que se adapte a su bolsillo.

Buyer persona 3:



BARBARA CORTEZ
DESEMPLEADA

Edad: 32
Sexo: Mujer
Estudios: Informática
Localización: Usulután

Descripción:
Es una persona con alto sentido de la responsabilidad, que ha perdido su trabajo debido a la bancarrota de la empresa en la que labora. Busca una forma de adquirir ingresos extras para su hogar. Desde pequeña ha tenido espíritu emprendedor.

Objetivos:

- Adquirir ingresos para su hogar.
- Emprender.
- Tener más tiempo libre para dedicarse a su familia.

Personalidad:



Frustraciones:

- No poder llevar ingresos a su hogar.
- No posicionar su negocio en el mercado.

Intereses:
Aprender nuevas cosas, pasar tiempo en familia.

¿Cómo ayudarlo?
Brindar asesoría personalizada con consejos e información a tomar en cuenta sobre un negocio. Ofrecer precios de mayoristas para iniciar su sueño de emprender.

CANALES DIGITALES Y LÍNEAS DE CONTENIDO

Los canales digitales son los medios utilizados para promocionar y vender productos o servicios en línea, tales como las redes sociales, los anuncios en línea, el correo electrónico, entre otros. Las líneas de contenido se refieren al material que se crea y se comparte a través de los canales digitales para atraer, informar y entretener al público objetivo. Ambos son fundamentales para cualquier emprendimiento digital, ya que permiten llegar a nuevos clientes y mantener el contacto con los ya existentes de manera efectiva y novedosa.

A continuación, se muestran los canales digitales y las líneas de contenido que la marca utiliza:

Tabla 1

Líneas de Contenido	RRSS
<ul style="list-style-type: none"> • Ventas Publicaciones de los productos, catálogo de fotos 	Facebook TikTok Instagram
<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de asesorías para nuevos emprendedores como por ejemplo como comenzar tu negocio con nosotros, beneficios de obtener nuestros productos. Contenido a cerca de fechas de recepción y envíos de pedidos. 	WhatsApp
<ul style="list-style-type: none"> • Marketing de contenido: Como combinar tu ropa Tipos de zapatos 	Facebook Instagram

Tabla 2

Ventas	RRSS
<ul style="list-style-type: none"> • Publicaciones de los productos, catálogo de fotos para dar a conocer nuestro producto. 	Facebook TikTok Instagram
<ul style="list-style-type: none"> • Mostrar los diferentes estilos 	Facebook TikTok Instagram




Tabla 3

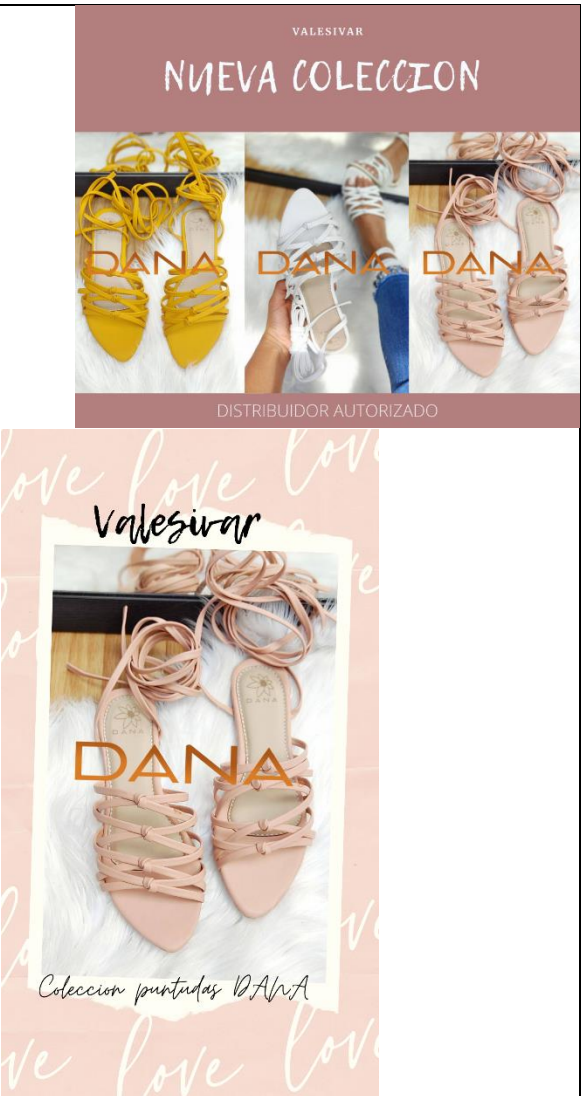
Servicio de asesorías	RRSS
<ul style="list-style-type: none"> • Información para nuevos emprendedores como comenzar tu negocio con nosotros, beneficios de obtener nuestros productos. 	WhatsApp
<ul style="list-style-type: none"> • Contenido a cerca de fechas de recepción y envíos de pedidos. 	WhatsApp



Tabla 4

Marketing de contenido	RRSS
<ul style="list-style-type: none"> • Como combinar tu ropa • Tipos de zapatos • Conoce tu talla 	Facebook Instagram


CALENDARIO DE CONTENIDO

FECHA / HORARIO	TIPO DE CONTENIDO	PILAR DE CONTENIDO	COPY	DESCRIPCION GRAFICA
<p>MIERCOLES 01 DE OCTUBRE 3:00 P.M</p>	<p>SERVICIO DE ASESORIAS</p>	<p>INTERACCIONES</p>	<p>¡Queremos brindarte asesoría para que puedas emprender con sandalias Dana y a la vez conozcas los beneficios! #mayoreo #calzado artesanal</p>	 <p>Valesivar </p> <p>¿cómo hacer tu pedido?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pide asesoría para saber como emprender con DANA, te compartiremos un catalogo con mas de 100 estilos y explicaremos la dinámica de trabajo. 2. Se te compartirá una fecha de recepción de pedido; recuerda tu inversión es segura pues tu decides talla, color y estilo. 3. se te brinda un rango de fecha de entrega, para que así tu puedas entregar al cliente final. <p> 6161-4064</p>

<p>JUEVES 02 DE OCTUBRE 8:30 A.M</p> <p>HISTORIA 9:00 A.M</p>	<p>NUEVA COLECCIÓN</p> <p>COLECCIÓN PUNTUDAS DANA</p>	<p>LIKES E INTERACCIONES</p> <p>MENSAJES Y REACCIONES</p>	<p>Prepárate para la nueva colección de sandalias puntudas. Siempre en tendencia Valesivar distribuidor autorizado.</p>	
---	---	---	---	--



<p>VIERNES 03 DE OCTUBRE 11:00 AM</p>	<p>RECEPCION DE PEDIDOS</p>		<p>RECEPCION DE PEDIDOS DANA</p>	
<p>SABADO 04 DE OCTUBRE 10:00 AM</p>	<p>MARKETING DE CONTENIDO</p>	<p>DIFUSION</p>	<p>Conoce tu talla. Debes medir tus pies de punta a talón. Básate en esta tabla para que conozcas que talla solicitar.</p>	

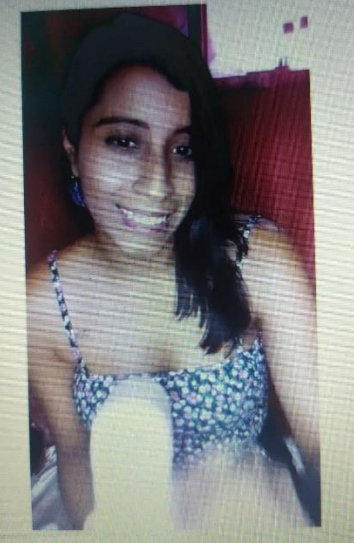

<p>LUNES 06 DE OCTUBRE 5:00 PM</p>	<p>MARKETING DE CONTENIDO</p>	<p>INTERACCIONES</p>	<p>OCTUBRE ROSA ¡tócate para que no toque ¡</p>	 <p>Si tu propia heroína </p> <p>La autoexploración puede salvarte la vida</p> <p>Valesivar</p>
<p>MARTES 07 DE OCTUBRE 11:00 AM</p>	<p>MARKETING DE CONTENIDO</p>	<p>INTERACCIONES</p>	<p>"La actitud mata cualquier cáncer. Lucha, sonríe... ¡cuídate!"</p>	 <p>Vive la vida con un par.</p> <p>Valesivar</p>


<p>MIERCOLES 08 DE OCTUBRE 11:00 AM</p>	<p>MARKETING DE CONTENIDO</p>	<p>INTERACCIONES</p>	<p>Algunas señales de advertencia del cáncer de mama son: Un bulto nuevo en la mama o la axila (debajo del brazo). 2. Aumento del grosor o hinchazón de una parte de la mama. Irritación o hundimientos en la piel de la mama. Hundimiento del pezón o dolor en esa zona.</p>	 <p>1 de cada 7 mujeres será diagnosticada con cáncer de mama en algún momento de su vida.</p> <p>VALESIVAR</p>
--	--	-----------------------------	---	--

<p>JUEVES 09 DE OCTUBRE 5:00 AM</p>	<p>SERVICIOS</p>	<p>REACCIONES</p>	<p>Contamos con un catálogo de más de 100 estilos de sandalias.</p> <p>Venta por mayoreo #CALZADOARTESANAL</p>	 <p>SOLICITA CATALOGO SANDALIA DANA</p> <p>72816006 / 61614064</p> <p>Valentina Dominguez</p>
--	-------------------------	--------------------------	--	--

CALENDARIZACIÓN MES DE OCTUBRE - FACEBOOK

FECHA / HORARIO	TIPO DE CONTENIDO	PILAR DE CONTENIDO	COPY	DESCRIPCION GRAFICA
<p>VIERNES 10 DE OCTUBRE</p> <p>HISTORIA 8:00 A.M</p>	<p>VENTAS</p>	<p>REACCIONES</p>		 <p data-bbox="1264 950 1537 1359"> Una mujer con buenos zapatos nunca es fea". COCO CHANEL </p> 

<p>SABADO 11 DE OCTUBRE 8:00 AM</p>	<p>VENTAS VIDEO</p>	<p>REACCIONES</p>	<p>Conoce beneficios trabajar nosotros. lo de con</p>	
<p>LUNES 13 DE OCTUBRE HISTORIA DE FACEBOOK 8:00 AM</p>	<p>MARKETING DE CONTENIDO</p>	<p>INTERACCIONES</p>		

<p>HISTORIA DE FACEBOOK 3:00 PM</p>	<p>SERVICIOS</p>	<p>INTERACCIONES</p>	<p>Somos distribuidores autorizados de la marca Dana, calzado artesanal elaborado 100% por salvadoreños.</p>	 <p>Valesivar</p> <p>DANA</p> <p>DANA</p> <p>PIDE TUS FAVORITOS</p>
<p>MARTES 14 DE OCTUBRE 9:00 AM</p>	<p>VENTAS VIDEO</p>	<p>LIKES</p>	<p>Somos distribuidores autorizados de la marca Dana, calzado artesanal elaborado 100% por salvadoreños.</p>	

<p>MIERCOLES 15 DE OCTUBRE 3:00 PM</p>	<p>MARKETING DE CONTENIDO</p>	<p>INTERACCIONES</p>	<p>A un estilo de zapato para cada tipo de vestido, escoge tu favorito y luce fabulosa.</p>	 <p>The image displays four panels, each featuring a woman in a different dress style and a list of recommended shoes:</p> <ul style="list-style-type: none"> VESTIDO ENTALLADO MINI: A red, form-fitting mini dress. Recommended shoes include: Sandalias abiertas de tacón (open-toe high-heeled sandals), Sandalias de plataforma (platform sandals), and Zapatos de tacón de aguja (stiletto high-heeled shoes). VESTIDO NO ESTILO ESPORTIVO: A teal and white athletic-style dress with the number 26. Recommended shoes include: Sapatillas Slip On (slip-on sneakers), Ténis (tennis shoes), Bailarinas (ballerina flats), and Sandalias de plataforma (platform sandals). VESTIDO TRAPECIO: A purple, long-sleeved, trapezoidal dress. Recommended shoes include: Sandalias con plataforma (platform sandals), Bailarinas (ballerina flats), Zapatos "Kitten Heels" (kitten heels), and Zapatos Mary Jane (Mary Jane shoes). VESTIDOS NO ESTILO CASUAL: A blue dress with white polka dots. Recommended shoes include: Sapatos de salto alto (high-heeled shoes), Sapatos de plataforma pequeña (small platform shoes), Mocassins (moccasins), and Slippers.
---	--------------------------------------	-----------------------------	---	--

<p>JUEVES 16 DE OCTUBRE 10:00 AM</p>	<p>SERVICIOS</p>	<p>INTERACCIONES / MENSAJES</p>	<p>QUERIDA EMPRENDEDORA: A: No importa qué tan lento vayas mientras no te detengas.</p>	
---	-------------------------	--	---	--


<p>VIERNES 17 DE OCTUBRE</p> <p>HISTORIA 8:30 AM</p>	<p>VENTAS</p>	<p>REACCIONES</p>		
--	----------------------	--------------------------	--	--

<p>SABADO 18 DE OCTUBRE 9:30 AM</p>	<p>MARKETING DE CONTENIDO</p>	<p>INTERACCIO NES</p>	<p>Dos maneras de utilizar tus sandalias</p>	
--	--	----------------------------------	--	--


<p>LUNES 20 DE OCTUBRE 10:00 AM</p>	<p>SERVICIOS</p>	<p>REACCIONES</p>	<p>Si te gusta la comodidad, estos slips on son tu mejor opción.</p> <p>Disponibles en material pitón.</p>	
<p>MARTES 21 DE OCTUBRE 3:00 PM</p> <p>VIDEO</p>	<p>VENTAS</p>	<p>REACCIONES</p>	<p>Plataformas de yute, tendencia 2021, encuentra los mejores estilos con nosotros.</p>	

<p>JUEVES 23 DE OCTUBRE</p> <p>10:00</p>	<p>SERVICIO</p>	<p>INTERACCION</p>	<p>Conoce un poco de nuestra colección de plataformas diseñadas especialmente para que luzcas cómoda y bella.</p>	
<p>VIERNES 24 DE OCTUBRE</p> <p>HISTORIA</p> <p>9:30 AM</p>	<p>PROMOCION</p>	<p>REACCION</p>		

<p>HISTORIA 5:00 AM</p>	<p>SERVICIO / PRODUCTO</p>	<p>REACCION</p>		
<p>SABADO 25 DE OCTUBRE 3:00 PM</p>	<p>VENTA</p>	<p>INTERACCION</p>	<p>¿Cuál prefieres tacón alto o tacón bajo?</p>	

<p>LUNES 27 DE OCTUBRE</p> <p>HISTORIA 8:00 AM</p>	<p>MARKETING DE CONTENIDO</p>	<p>REACCION</p>		 <p><i>Vive la vida con un par.</i></p> <p>OCTUBRE ROSA</p>
--	--	------------------------	--	---

<p>MARTES 28 DE OCTUBRE</p> <p>9:00 AM</p>	<p>SERVICIO</p>	<p>INTERACCION</p>	<p>Beneficios de trabajar con calzado Dana:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Excelente margen de ganancias • Catálogo de más de 100 estilos disponibles • Inversión segura <p>Con gusto te brindamos información.</p>	 <p>MAYOREO DE SANDALIA</p> <p>CON GUSTO TE ASESORAMOS</p> <p>61614064</p>																
<p>MIERCOLES 29 DE OCTUBRE</p> <p>3:00 PM</p>	<p>MARKETING DE CONTENIDO</p>	<p>INTERACCION</p>	<p>Conoce tu talla de zapato</p> <p>Dibuja el contorno de tu pie, marca con una línea la parte más larga de tu pie, mídela en centímetros y esta será tu talla de calzado.</p>	 <p>Valesivar</p> <p>CONOCE TU TALLA DE ZAPATOS</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Talla</th> <th>Longitud</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>4</td> <td>21 cm</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>22 cm</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>23 cm</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>24 cm</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>25 cm</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>25.50 cm</td> </tr> <tr> <td>40</td> <td>26 cm</td> </tr> </tbody> </table> <p><small>*Tallas de sandalías de piso</small></p>	Talla	Longitud	4	21 cm	5	22 cm	6	23 cm	7	24 cm	8	25 cm	9	25.50 cm	40	26 cm
Talla	Longitud																			
4	21 cm																			
5	22 cm																			
6	23 cm																			
7	24 cm																			
8	25 cm																			
9	25.50 cm																			
40	26 cm																			

<p>JUEVES 30 DE OCTUBRE</p> <p>HISTORIAS 8:00 AM</p>	<p>PROMOCION</p>	<p>REACCIONES</p>		 <p>31 DE Octubre</p> <p>15% DE DESCUENTO</p>
--	-------------------------	--------------------------	--	---

<p>VIERNES 31 DE OCTUBRE 8:00 AM</p> <p>HISTORIA 3:00 PM</p>	<p>SERVICIO / PROMOCION</p>	<p>INTERACCIO N</p>	<p>15% DE DESCUENTO AL ADQUIRIR TU PAR DE SANDALIAS!</p> <p>Celebra el 31 de octubre con zapatos nuevos.</p>	
--	--	--------------------------------	--	--

Referencias

Da silva, D. (13 de julio de 2021). *Cómo hacer análisis FODA y planificar estrategias exitosas para tu negocio.* Zendesk. <https://www.zendesk.com.mx/blog/como-hacer-analisis-foda/>

De Castro, I. N. (01 marzo de 2021). *¿Qué son y cómo elegir los canales de marketing?* Rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/canales-de-marketing/>

Mendoza, R (21 de septiembre de 2021). *Buyer persona: como elegir a tu cliente ideal.* Semrush <https://es.semrush.com/blog/como-crear-un-buyer-persona/>