

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



TÍTULO:

ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL: MARCA PIÑA

PRESENTADO POR:

SENAIDA CAROLINA ARÉVALO GUARDADO

CARNÉ:

AG12074

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

DOCENTE DEL CURSO:

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

DOCENTE COORDINADOR:

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN
SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA, MAYO DEL 2024**

AUTORIDADES UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA
RECTOR

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN
VICERRECTOR ACADÉMICO

MESTRO RÓGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

LICENCIADO PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA
SECRETARIO GENERAL

LICENCIADA ANA RUTH AVELAR
DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

LICENCIADO CARLOS AMÍLCAR SERRANO RIVERA
FISCAL GENERAL

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA
DECANO

MAESTRA MARÍA BLAS CRUZ JURADO
VICEDECANA

MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA
SECRETARIA

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO
DIRECTORA ESCUELA DE POSGRADO

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

LICENCIADO EDIS EDGARDO MONGE LUNA
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

LICENCIADA SILVIA MARIA ESTRADA
DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

RESUMEN	6
INTRODUCCIÓN	7
SITUACIÓN DE LA MARCA	8
Logo de la marca	9
OBJETIVOS DE LA MARCA	9
Objetivos generales:	9
Objetivos específicos:	9
FODA	10
Fortalezas:	10
Oportunidades:	10
Debilidades:	11
Amenazas:	11
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	12
PAPAYA 'S FASHION SHOP	13
TIENDA CLOSET STORE	14
TIENDA APRIL STORE	17
BUYERS PERSONA	18
JUSTIFICACIÓN DE LA RED SOCIAL	20
LÍNES DE CONTENIDO	22
Contenido de valor:	22
Contenido de ventas:	22
Contenido de branding:	23
MEDICIÓN DE LOS KPI/SEGÚN OBJETIVOS	24
CALENDARIO DE CONTENIDOS	26
REFERENCIAS	36
ANEXO	¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN:

El objetivo de este escrito tiene es presentar la estrategia digital: Marca Piña; la cual, está enfocada en potenciar una marca que brinda productos de necesidad como: ropa, accesorios y más, a través de los servicios en línea. Como Community Manager, se explotan áreas que permiten crear experiencias más cercanas al público a través de la utilización de las redes sociales, diseño gráfico y redacción para las plataformas digitales. Además, teniendo el objetivo la presentación de la utilización de forma correcta para llevar a cabo una estrategia digital, trabajando desde cero y de manera constante con el fin de la implementación de diferentes servicios, por medio de los elementos establecidos del marketing digital, que permita un buen funcionamiento desde el principio, hasta lograr el posicionamiento de la marca. Con el informe se muestra cómo se emplea un análisis de marca, con la que permitirá que el negocio mejore su posicionamiento en las redes sociales y las ventas, por intermedio de una estrategia elaborada a plataformas digitales como “Facebook e Instagram”. Con el análisis de los objetivos que se busca obtener al manejar una marca a las redes sociales, permite el cumplimiento de las exigencias del producto o servicio que se está comercializando, con el implemento de organizar y la creación de piezas graficas por medio de la aplicación de su respectivo contenido, gracias al conocimiento aprendido durante las clases, que permita mantener la presencia en las diferentes plataformas digitales con la marca.

***Palabras clave:** Marketing Digital, Estrategia digital, Posicionamiento, SEO; Red social, Fidelización de las audiencias, Engagement, Marca ersonal.*

INTRODUCCIÓN

Con la llegada de la tecnología, las empresas sean grandes o pequeñas ocupan como herramienta las diferentes plataformas digitales, que nos facilitan el ciberespacio, provocando la inmediatez de llevar la información hasta nuestro público objetivo, siendo una alternativa en los medios de comunicación por la efectividad que provoca en el ámbito laboral.

Gracias a las redes sociales ha transformado el mundo de los negocios, llegar a nuevos públicos objetivos, permitiendo mostrar los productos que se ofrecen, sin importar la distancia que se encuentre el receptor.

Con el marketing digital permite: buscar, promover y servir mercados, resumiendo el que hacer de las empresas, trabajando en conjunto con las nuevas tecnologías que permiten lograr mejores resultados para llegar a la audiencia.

Las plataformas digitales crean ventajas a las empresas o marcas, logrando contar con resultados medibles por medio de la inmediatez que se posee en la difusión de los contenidos a un público ya establecido. Contando con diferentes plataformas donde se cuenta con diversidad de formato para llegar a nuestro target.

Con el presente informe, se muestra un análisis detallado de la marca “PIÑA” en las redes sociales de Facebook e Instagram con contenido simultáneo en ambas redes, contando con una programación de contenido de 15 días.

SITUACIÓN DE LA MARCA

Actualmente las redes sociales son ocupadas por muchas personas, permite ser una herramienta para comercializar productos o servicios donde muchos recurren a realizar compras según sea su necesidad.

Por esta razón, la tienda de ropa “PIÑA”, recurre a realizar una exposición de los productos a disposición en las redes sociales, mostrando a detalle a cada uno con:

- Diseño de estrategias.
- Calendarización de contenido.
- Asesoría de manera virtual con el cliente para una mejor experiencia en los productos.

PIÑA es una marca de tienda de ropa, accesorios y más, que ofrece sus productos de manera digital y en físico, ubicada en San Salvador con entregas a nivel nacional, por lo que será una oportunidad de darla a conocer cada producto y a detalle de una manera visual y atractiva para el cliente que muestre interés y a la vez, para hacer crecer el mercado.

Si es cierto que la venta de ropa y accesorios en línea es una muy buena estrategia, es importante también reconocer que existe mucha competencia, pero con una buena estrategia y un movimiento constante en las redes sociales, poco a poco se ira posicionando más la marca e irá resaltando cada producto haciendo una experiencia inolvidable.

Logo de la marca



En el sello de la identificación gráfica de la marca “PIÑA”, representando por medio del diseño, color y tipografía, un rasgo de la personalidad y originalidad.

OBJETIVOS DE LA MARCA

Objetivos generales:

- Generar ingresos constantes con la venta de ropa para dama y caballero, calzado, maquillaje y accesorios
- Posicionar la marca "PIÑA" como referente de moda en el país para seducir al cliente al consumo de nuestros productos.

Objetivos específicos:

- Diseñar estrategias digitales que permitan un mayor alcance e incremento de ventas de los productos publicados.
- Mantener interesados con contenido de valor a los seguidores de la página para que estén pendientes de los productos y promociones.
- Crear contenido de valor y diseñar una metodología atractiva para mantener siempre la aceptación del público/cliente.
- Capacitarse constantemente en los temas de moda para publicar ideas frescas y crear contenido de cómo utilizar cada una de las piezas o prendas que se encuentran a la venta en PIÑA.

FODA

Es la herramienta que permite identificar: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, a través de análisis estético de un negocio, empresa o marca. El FODA, permite diagnosticar la situación actual de la empresa, en este caso en la marca personal, para lograr con éxito un plan estratégico, que nos permita conocer nuestros puntos débiles y complicaciones, ayudando a la transformación de oportunidades y fortalezas.

Teniendo en cuenta, el FODA, es importante en la creación de la marca personal, para conocer en qué áreas se necesita mejorar:

Fortalezas:

- ✓ Buena calidad del producto
- ✓ Aceptación del contenido por parte del público Precios accesibles
- ✓ Con envió a todo el país
- ✓ Asesoramiento en el tema de la moda
- ✓ Variedad en los productos
- ✓ Los productos se acoplan y se complementan uno con el otro.

Oportunidades:

- ✓ La moda es cíclica, el elegir bien brinda una pieza que se puede reciclar y utilizar en diferentes momentos.
- ✓ Prendas versátiles causan interés en el cliente y expande más el mercado al cual ofrecer educar y vestir bien.
- ✓ Crecer como marca relacionada en ventas y crear más oportunidades laborales.

Debilidades:

- ✓ Prendas limitadas por talla, es decir las tallas disponibles por cada estilo no son muchas y ciertas tallas se venden con mayor inmediatez que otras.
- ✓ No todas las personas confían en comprar únicamente observando la prenda en línea
- ✓ Existen mucha competencia en todo el país y algunas ofrecen los mismos productos a menor costo y más cerca de su zona de residencia.

Amenazas:

- ✓ La competencia ofrece productos similares a costos más bajos y al ser marcas más grandes o con más años de estar en el rubro se vuelven un monstruo en las ventas.
- ✓ La pandemia causo reducción en las ventas y en la economía del país, por lo tanto, causo que las marcas que iban iniciando en la época su proceso de crecimiento fuera más lento que las demás.
- ✓ El consumismo se deja llevar por lo que se vuelve “tendencia” y no por el buen gusto o según la necesidad.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Existe muchas marcas que ofertan productos similares a los que ofrecemos en PIÑA, es un rubro muy demandado, pero a la vez existen muchos emprendedores que ofertan a precios más bajos los productos; sin embargo, tiendas como Papaya's, Closet y April Store son tiendas que se asemejan al tipo de oferta de producto que realiza nuestra tienda, pero poseen mayor credibilidad debido a que tienen más tiempo de operara a comparación de la tienda PIÑA.

Sin embargo, se retomó la red social INSTAGRAM con el objetivo de vender más a través de productos visuales interactivos, con los que se busca crear una comunidad que conecte y simpatice con lo que se les ofrece debido a que es uno de los métodos más eficientes de comunicación con los consumidores gracias a la inmediatez y la cercanía reflejada en cada publicación. Posee una capacidad para mantener un contacto constante con el público de PIÑA, la cual la ha convertido en la herramienta perfecta para difundir las acciones de la marca y vender nuestros productos. Instagram no fue nuestra primera opción; sin embargo, no tuvimos el crecimiento en nuestra marca como con dicha plataforma, además, realizando un análisis profundo descubrimos que esta red social es la preferida para los impulsores y consumidores de moda debido a la proyección visual la cual es determinante para crear atracción sobre un producto, conseguir más clientes y crecer como marca de preferencia y consumo en nuestro público meta.



PAPAYA 'S FASHION SHOP

Es una marca de una tienda de ropa, accesorios, calzados, entre otras cosas más.

Actualmente cuenta con 48.2 mil seguidores en su cuenta de Instagram, ha realizado 2,492 publicaciones y la mayoría son promocionado productos y tendencias nuevas

En la información de dicho perfil destaca su accesibilidad, ubicación de sus sucursales,

envío y formas de pago.

A través de su contenido constante mantiene una cantidad bastante considerable de reacciones lo cual causa mayor alcance y por ende mayor cantidad de futuros compradores.

Además, realiza uso de una estrategia para a traer más seguidores, la cual es “uso de influencers” y modelos profesionales, con colaboraciones que destacan y crean más movimiento en sus plataformas digitales.





TIENDA CLOSET STORE

Es una marca de una tienda de ropa, accesorios, calzados, entre otras cosas más.

Actualmente cuenta con 39.8 mil seguidores en su cuenta de Instagram, ha realizado 2,582 publicaciones y la mayoría son



promocionado productos y tendencias nuevas

En la información de dicho perfil destaca su accesibilidad, ubicación de sus sucursales y que cuenta con envío a todo el país.

Al contrario de la marca anterior y a pesar de publicar de manera más constante no posee mucha interacción en cada una de sus publicaciones. Es importante resaltar que dicha marca realiza un tipo de contenido más jovial y una mezcla entre formal e informal, adecuando cada una según la temporada o la tendencia. Sin embargo, realiza más colaboraciones con influencer que la marca anterior.







TIENDA APRIL STORE

Es una marca de una tienda de ropa, accesorios, calzados, entre otras cosas más.

Actualmente cuenta con 96.4 mil seguidores en su cuenta de Instagram, ha realizado 7,798 publicaciones en las cuales promociona sus productos hechos en el país y por ellas mismas.

En la información de dicho perfil destaca su accesibilidad y ubicación de sus sucursales y

que cuenta con envío a todo el país.

A diferencia de las marcas anteriores de la marca April Store tiene más interacciones con el público y no realiza colaboraciones con influencer; además, realiza publicaciones de procesos de aprendizaje y de elaboración de las prendas que comercializan.





BUYERS PERSONA

Son personajes ficticios que figuran como parte del cliente ideal que busca nuestras marcas; Sin embargo, son creados por medio de un perfil psicológico comportamientos que son similares como la edad, el sexo, costumbres, creencias y otras características que debe tener un comprador o consumidor

Siendo importantes dichos perfiles, permitiendo la orientación de la marca personal de los clientes



potenciales para saber qué tipo de contenido publicar y adecuarlo para crear necesidad en el público.

Para crear un Buyer persona se debe de tomar en cuenta: los gustos, miedos, situación laboral, seguridades, metas, plataformas digitales preferidas, comportamientos, datos personales como sociodemográficos, con el objetivo de tener el cliente ideal que busca la marca, para saber qué tipo de producto ofrecerle. Es por esta razón que la marca “Piña”, crea 3 Buyer Persona con los cuales define a sus clientes ideales según el servicio que se ofrece:

Buyer persona #1



BUYER PERSON
Platero de Derecho

en su apariencia personal

Datos Geograficos:
diante de 5° año de derecho
ombres y mujeres entre 30 y 50 años

za

Hábito:
r mal lenguaje no verbal

s de su potencial



BUYER PERSON
Yeinmy Cornejo
Vendedora de seguro

Interes:
- Tener buena presentación ante los posibles clientes con vestimenta clave para crear seguridad

Datos Geograficos:

- Empleada de seguros Asesuiza
- Hombres y mujeres entre 24 y 30 años

Retos:

- Vender la mayor cantidad de seguros
- Encontrar el público necesario a el cual ofertar

Hábito:

- Realizar muchas visitas sin obtener mayor resultado

Interes:

- Proyectar seguridad

Buyer Persona #2

Buyer Persona #3

JUSTIFICACIÓN DE LA RED SOCIAL

Es muy fácil de comprender y explicar, necesitábamos incrementar las ventas de manera rápida y efectiva.

Para nuestra marca Instagram y TikTok se han vuelto una herramienta esencial para llegar al público meta que nos hemos propuesto y que en un momento tratamos de conseguirlo a través de Facebook obtener mayor fruto de nuestro proyecto emprendedor. A través, de fotografías, historias, pautas y reels, logramos impulsarlo y hacer un nicho de clientes los cuales han incrementado día a día gracias a el contenido visual que se realiza.

- Post.
- Stories.
- Reels.

BUYER PERSON

Vanessa Rivera
Presentadora de TV

Interes:

- Tener buena presentación ante la audiencia
- Proyectar seguridad

Datos Geograficos:

- Presentadora de programa juvenil
- Hombres y mujeres entre 20 y 30 años

Retos:

- Cautivar a la audiencia

Hábito:

- A traer persomas de manera negativa

Interes:

- Manejarse adecuadamente ante las cámaras

De esta manera lograr tener la aceptación del cliente. Por su puesto, cada acción que se realice será acompañada de contenido de valor.

Cabe mencionar, se mostrarán los servicios o cualquier otro contenido de la marca de forma dinámica, recurriendo a las herramientas que nos brinda las redes sociales, esto con el fin de tener interacción con los usuarios, lo cual es de suma importancia para lograr engagement y así lograr que la cuenta crezca.

Es necesario aclarar que el “engagement” es el vínculo que se crea con el cliente y la marca personal, creando un interés constante, confianza y empatía con el contenido que se publica, permitiendo crear una relación duradera con el usuario.

El Marketing es el medio que se utiliza para conducir el mensaje del producto o servicio al consumidor final, es decir, son los canales que conducen y permite exhiben lo que deseas vender al público objetivo.

Para establecer los canales digitales es necesario realizar el análisis de la competencia y a su vez conocer los perfiles del cliente.

Es muy fácil de comprender y explicar, necesitábamos incrementar las ventas de manera rápida y efectiva. Para nuestra marca Instagram y TikTok se han vuelto una herramienta esencial para llegar al público meta que nos hemos propuesto y que en un momento tratamos de conseguirlo a través de Facebook obtener mayor fruto de nuestro proyecto emprendedor. A través, de fotografías, historias, pautas y reels, logramos impulsarlo y hacer un nicho de clientes los cuales han incrementado día a día gracias a el contenido visual que se realiza.

LÍNES DE CONTENIDO

Basados en nuestro trabajo hemos identificado las siguientes líneas de contenido las cuales son de suma importancia para la marca y las metas propuestas en el crecimiento y fortalecimiento de esta.

Contenido de valor:

Se utilizará con el fin de atraer a nuevos seguidores, con el objetivo crear lazos de confianza entre una persona y los servicios que ofrece la marca, esto teniendo la tarea de entretener, educar e informar a nuestra audiencia para tener mayor cercanía.

Contenido de ventas:

Se utilizará para dar a conocer y promover los servicios que se le está ofreciendo, elaborando diversas publicaciones que generen interés a nuestra audiencia, para así finalmente puedan decidirse a adquirir nuestros servicios.

Contenido de branding:

Aquí se utilizará para la promoción de valores personales de la marca, de esta manera reforzar los vínculos con nuestros seguidores a la hora de publicar original, para que así puedan seguir consumiendo nuestros productos o servicios a través de nuestras cuentas.

Cabe mencionar, que se tiene que crear líneas de contenido, permitiendo definir temas que se abordaran en el canal digital, delimitando la estrategia a utilizar con los contenidos. Por lo tanto, se muestra el canal a utilizar y las líneas de contenido que necesita la marca:

Línea de contenido	Temas justificados	Sub-temas
Educación	<i>Creatividad y seguridad</i>	<ul style="list-style-type: none">• Uso adecuado del dinero• Descubrir y amar nuestro cuerpo• Como comunicar con la forma de vestir• Expresión de seguridad y libertad
Branding	<i>Producto</i>	<ul style="list-style-type: none">• Comodidad y elegancia• Versatilidad de las prendas y productos• Sensaciones y seguridad• Esterilización y originalidad
Marketing de contenido	<i>Posicionar la marca para incrementar ventas</i>	<ul style="list-style-type: none">• Contenido de valor• Lenguaje adecuado al target• Precios accesibles y/a demanda

		<ul style="list-style-type: none"> • Manejo adecuado de tipografía y colores a usar.
Venta	<i>Estrategias digitales</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación • Brief y FODA • Uso adecuado de plataformas digitales • Cronograma

MEDICIÓN DE LOS KPI/SEGÚN OBJETIVOS

Key Performance Indicator, su significado es “Indicador Clave de Desempeño”, siendo una herramienta de ayuda para la toma de decisiones para en una estrategia para una empresa o marca, permitiendo definir una futura línea, cabe mencionar, estos indicadores van de la mano con los objetivos de la marca personal.

Objetivo I: Generar ingresos constantes con la venta de ropa para dama y caballero, calzado, maquillaje y accesorios publicados en la cuenta de Instagram

Objetivo II: Posicionar la marca "PIÑA" como referente de moda en el país para seducir al cliente al consumo de nuestros productos.


Es importante destacar que se ha realizado las KPI'S a medir del mes de abril y mayo:


- Número de seguidores en Instagram



- Número de seguidores en TikTok
- Interacciones Instagram
- Reacciones TikTok
- Contenido publicado en Instagram y TikTok
- Ventas realizadas a través de ambas plataformas a través de encuestas a los clientes.



CALENDARIO DE CONTENIDOS

Calendario de contenido para tomando como parámetro la red social Instagram de la marca “PIÑA”, a partir del jueves 25 de abril al 12 de mayo del 2024


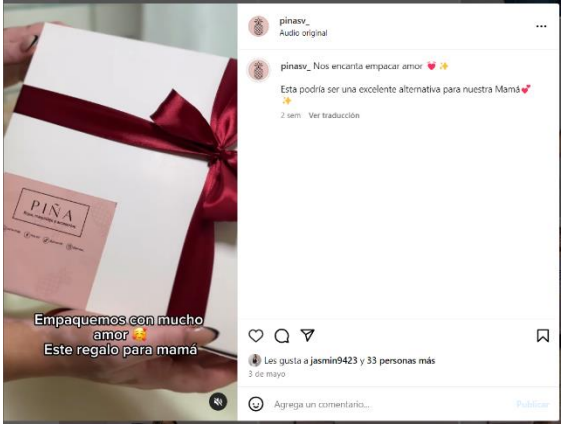
Fecha	Horario	Tipo de contenido	Pilar de contenido	Copy	Descripción gráfica
Jueves 25	<i>10:00 a.m.</i>	Post de Instagram	Contenido de valor	<p>NUEVA COLECCIÓN VERSÁTIL PARTE 2</p> <p>¡Conjuntos increíbles! 💕</p> <p>¿Te ha pasado que deseas días cómodos? O simplemente un outfit para irte de viaje ✈️ y tener experiencias increíbles luciendo fabulosa? ✨ 🧺</p> <p>Te presentamos nuestra línea de conjuntos que si o si debemos tener 😊💕</p> <p>📷 Producción a cargo de @vaqueranosv</p>	



<p>Jueves 25</p>	<p>3:30 p.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido de valor</p>	<p>¡NUEVA COLECCIÓN PARTE 3!! □</p> <p>Si hablamos de Tendencias; Probablemente, piensas que denim on denim forman parte de las propuestas fugaces que en algún punto serán superadas fácilmente, pero en realidad, ha vuelto con mucha fuerza y esta vez llegó para quedarse.</p> <p>Celebridades, pasarelas y street style no han parado de indicar la versatilidad del total look en mezclilla, un conjunto que parece sacado directamente de una película del viejo oeste. Sin embargo, es lo suficientemente atemporal para estar presente en el guardarropa de las mejores vestidas de una forma u otra. ♡</p> <p>Así que esta propuesta es una verdadera inversión 🧺</p>	
-------------------------	-------------------------	---------------------------------	---------------------------	---	---

<p>Viernes 26</p>	<p>10:00 a.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido de branding</p>	<p>Sabemos que es un dolor de cabeza cuando el jean no se adapta a nuestras necesidades, es por eso que te presentamos nuestra:</p> <p>!!4° PARTE DE NUEVA COLECCIÓN “VERSÁTIL”</p> <p>¿Enfocada en Wide Leg, y Flared Jeans 🙌👉 pero sabes que es lo mejor? Cuenta con FAJA interna 🧺</p> <p>#jeansfeminino #fajacolombiana #wideleg #tops</p>	
<p>Viernes 26</p>	<p>3:00 p.m..</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido de valor</p>	<p>Dale color a tu vida 😁👉</p> <p>No les pasa que, si el Outfit es hermoso, tu día cambia 🧺</p>	



<p>Sábado 27</p>	<p>10:00 a.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido que genere interacción</p>	<p>Sácales el máximo provecho a tus piezas 🧩👗👗 Creamos estos increíbles Outfits con prendas versátiles 🤝🧩 Si te gustaron estos diseños puedes visitarnos en nuestra tienda: Residencial San Luis, avenida Izalco, Block 2, casa 11, San Salvador Waze: Piña SV</p>	
<p>Domingo 28</p>	<p>10:00 a.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido de valor</p>	<p>Nuestra nueva colección es una mezcla de básicos y tendencias, pero lo más importante todas versátiles 😊🤝🧩</p>	


<p>Lunes 29</p>	<p>11:00 a.m.</p>	<p>Historio de Instagram</p>	<p>Contenido que genera interacción</p>	<p>Video de interacción para generar atracción con las piezas de ropa “blazer”</p>	
<p>Martes 30</p>	<p>10:00 a.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido que genere interacción</p>	<p>Queremos compartirte un poquito de nuestro día laboral 💕</p> <p>Comenta si te gustó este tipo de contenido y crearemos más 🌟 📄 💕</p>	

<p>Jueves 2</p>	<p>10:00 a.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido de valor</p>	<p>Nuestras mamás son un regalo valioso en nuestra vida ✨</p> <p>Amamos todo lo que las caracteriza porque somos el reflejo de ellas, y en Piña SV contamos con una colección especial que refleje su autenticidad, amor, y elegancia</p> <p>💖 ✨</p>	
<p>Viernes 3</p>	<p>10:00 a.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido de branding</p>	<p>Nos encanta empacar amor 💖 ✨</p> <p>Esta podría ser una excelente alternativa para nuestra Mamá 💖 ✨</p>	

<p>Sábado 4</p>	<p>10:00 a.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido que genere interacción</p>	<p>En este mes tan especial, resaltamos el amor que le tenemos a nuestras Mamis, porque gracias a ellas somos las personas que hoy en día reflejamos, Están con nosotros detrás de cada decisión; apoyándonos, amándonos y aplaudiendo cada meta.</p> <p>Soy el reflejo de #mamá 🤍🌟</p> <p>Y obvi hacemos combinaciones con todas las prendas de nuestra tienda favorita</p> <p>♥️👉👉👉🤗</p>	
<p>Lunes 6</p>	<p>2:00 p.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido que genere interacción (colaboración)</p>	<p>¡Celebra a mamá con un regalo especial! 🤗</p> <p>4 increíbles premios valorados en \$500.</p> <p>¡Serán 2 mamás ganadoras!</p> <p>🌟 2 Kit de linea de cuidado para el cabello gracias a @ivoga_organic y @Beautyspotstv</p> <p>🌟 1 set de pestañas de Volumen Ruso gracias a @blinkeylashes_</p> <p>🌟 1 outfit para mamá gracias a @pinasv_</p> <p>🌟 1 maquillaje + servicio de manos y pies gracias a @chiquilloalejandro_salon</p> <p>👩‍🦰 ¿Cómo participas?</p>	

				<ul style="list-style-type: none"> ✔ Sigue las cuentas participantes ✔ Dale like a la publicación ✔ Etiqueta a 2 amigas y menciona la frase característica de tu mamá. <p>¡Listo ya estas participando!</p> <p>👉 Fecha del sorteo 15 de mayo, ganadoras se darán a conocer a través de Instagram.</p>	
Martes 7	<i>10:00 a.m.</i>	Post de Instagram	<p>Contenido que genere interacción</p>	<p>Porque todas amamos este tipo de regalos 🎁👉👉</p> <p>Nos dan el poder de escoger lo que necesitamos y más nos gusta 😊☐</p> <p>¡Alternativas si hay! 🤔👉</p>	
Miércoles 8	<i>10:00 a.m.</i>	Post de Instagram	<p>Contenido de valor</p>	<p>¡NUEVA COLECCIÓN! 🧠</p> <p>PARTE 1 😍</p> <p>Vestidos frescos, florales e increíbles 🎀</p> <p>Estos diseños cautivan el corazón de todas nuestras clientes 👉</p>	

<p>Jueves 9</p>	<p>10:00 a.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido de valor</p>	<p>¡Quien dijo que un Outfit no cambia el humor!, ¡está mintiendo!; Porque un buen estilo combinado con buena actitud proyectará seguridad y adiós al no me veo bien 🧩</p>	
<p>Viernes 10</p>	<p>10:00 a.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido que genere interacción</p>	<p>El infaltable negro y blanco representado en una blusa elegante, con detalle de aplicación en diamante. Y combinado con un básico Blue jeans corte Wide Leg con “Faja Incluida”.</p> <p>Prendas que representan calidad, versatilidad, comodidad con un toque de tendencia.</p> <p>Puedes solicitar estas prendas a domicilio o visitando nuestra tienda física.</p> <p>Hacemos envíos personalizados a todo el país SV Estamos ubicados en Residencial San Luis,</p>	

				Avenida Izalco. Block 2, casa 11. San Salvador	
Domingo 12	<i>10:00 a.m.</i>	Post de Instagram	Contenido de valor	<p>NUEVA COLECCIÓN 😊🌟</p> <p>Combinaciones elevadas para hacer tus días increíbles 🧩🌟</p> <p>Pendientes de todas nuestras historias porque estamos armando Looks que debemos incluir si o si 😊🧩</p>	

REFERENCIAS

- Castro, R. M. (21 de septiembre de 2,020). *Semrush Blog*. Obtenido de Semrush Blog: https://es.semrush.com/blog/como-crear-unbuyerpersona/?kw=&cmp=LM_SRCH_DSA_Blog_ES&label=dsa_pagefeed&Network=g&Device=c&utm_content=641222119390&kwid=dsa1928812725813&cmpid=19249322807&agpid=145221538700&BU=Core&extid=64565394235&adpos=&gclid=Cj0KCQjw
- Corrales, J. A. (3 de febrero de 2,021). *rockcontent*. Obtenido de rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/posicionamiento-de-marca/>
- GCFGlobal Creating Opportunities for a Better Life. (s.f.). *¿Conoce el método SMART!* Obtenido de *¿Conoce el método SMART!:* https://edu.gcfglobal.org/es/planeacion-y-cumplimiento-de-metas/conoce-elmetodo-smart/1/?gclid=Cj0KCQjw8egBhD0ARIsAJiDsaWmpkY4ALKAtiHTD0O3ZQJ6FyeU9rHhRYtCjivWavSl6klGASaDnwoaAjF7EALw_wcB#
- SYDLE. (21 de marzo de 2,022). *Innovación y Tecnología*. Obtenido de Innovación y Tecnología: <https://www.sydle.com/es/blog/estrategia-digital621cdc6f7697c0108b2c4741/>
- Wix. (18 de noviembre de 2,018). *Wix Blog*. Obtenido de https://es.wix.com/blog/sociales?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=12446219914^117820822545&experiment_id=^^501731587679^^_DSA&gclid=CjwKCAjwzuqgBhAcEiwAdj5dRrxiXHJVXuLOC8UMt7CuSTiYCI7YA3RnCUFC1IKMgptNXV70YzWD