

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



TÍTULO:

ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA “FLORISTERÍA FANTASÍAS”

PRESENTADO POR:

STEPHANIE NICOLE DOMINGUEZ SIBRIAN
DIEGO MOISES GARCÍA GARCIA
ALVARO VLADIMIR GONZALEZ HENRIQUEZ
DIANA ALEXANDRA PORTILLO PALACIOS
GERARDO ABRAHAM TOBAR CORTEZ

CARNET

DS19022
GG19092
GH00026
PP19064
TC2004

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

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ**

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN
MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA. SAN
SALVADOR CENTRO, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, OCTUBRE DE
2025**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA
RECTOR

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN
VICERRECTOR ACADÉMICO

MAESTRO 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 DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA
DECANO

MAESTRA MARÍA BLAS CRUZ JURADO
VICEDECANA

MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA
SECRETARIO

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO
DIRECTORA ESCUELA DE POSGRADO

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

LICENCIADO EDIS EDGARDO MONGE

JEFE DE DEPARTAMENTO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ
DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

AGRADECIMIENTOS

Stephanie Nicole Dominguez Sibrian

Primero que todo, doy gracias a Dios y la Virgen María por acompañarme en todo este proceso que no fue nada fácil y darme la fuerza, entendimiento y paciencia para alcanzar este logro que en algún momento de mi vida dude en lograrlo.

A mi familia, especialmente a mis padres Anabel de Domínguez y Nicolás Domínguez, que con su amor, apoyo incondicional, confianza y sacrificios que han hecho para que yo pudiera llegar hasta aquí. Gracias por estar a mi lado en cada momento y por enseñarme que con esfuerzo y perseverancia todo es posible. Este logro es tan suyo como mío.

Dedico este logro a la memoria de mi querida abuela, Ángela Hernández, quien ya no está con nosotros, pero cuya enseñanza, cariño y ejemplo de vida siguen guiando cada una de mis decisiones. Su recuerdo me acompañó durante todo este proceso y es un impulso constante para superarme.

Finalmente, agradezco a todas las personas que de alguna manera contribuyeron a que este logro fuera posible, ya sea brindándome orientación, motivación o simplemente su confianza. A todos ustedes, gracias por ser parte de esta etapa de mi vida y por ayudarme a alcanzar este sueño.

Diego Moises García García

Agradezco profundamente a Dios, por su guía constante, fortaleza y sabiduría durante todo el proceso de realización de este trabajo de grado.

Extiendo mi sincero agradecimiento a la Universidad de El Salvador, especialmente a la Facultad de Ciencias y Humanidades y al Departamento de Periodismo, por su compromiso con la formación académica y profesional de sus estudiantes, y por haberme brindado los conocimientos y herramientas que hicieron posible la culminación de este proyecto.

De manera especial, deseo expresar mi gratitud a la Floristería Fantasías, por abrirme las puertas y permitirme desarrollar este trabajo dentro de su entorno laboral. Agradezco a Ricardo Ramírez y Rubén Martínez, floristas de la marca, por su colaboración, disposición y apoyo durante cada etapa del proceso; a Javier Moreno, motorista de la floristería, por su ayuda constante en las labores logísticas; a Sabrina Escobar, por su acompañamiento y coordinación; y a la señora Vilma Escobar, por su respaldo y compromiso en la organización general de la marca.

Finalmente, expreso mi más sincero agradecimiento a mi familia y amistades, por su apoyo incondicional, comprensión y aliento permanente, que fueron esenciales para alcanzar esta meta profesional y personal.

Alvaro Vladimir Gonzalez Henriquez

A Dios, fuente de sabiduría y fortaleza, por iluminar mi camino y darme la perseverancia necesaria para culminar con éxito esta etapa tan importante de mi vida.

Mi sincero agradecimiento a la Universidad de El Salvador, en especial a la Facultad de Ciencias y Humanidades y al Departamento de Periodismo, por ser el espacio donde crecí profesional y personalmente. Cada experiencia, clase y reto superado fue fundamental para mi formación.

Agradezco profundamente a Floristería Fantasías, por haberme permitido desarrollar este proyecto dentro de su entorno y confiar en mi trabajo. Su disposición, apertura y colaboración fueron esenciales para llevar a cabo cada parte del proceso.

Extiendo un especial reconocimiento a mis docentes, por su compromiso, paciencia y orientación constante, especialmente a quienes fomentaron en mí el deseo de mejorar, investigar y poner en práctica los conocimientos adquiridos.

A mi familia, por su amor incondicional, sus palabras de ánimo y por creer en mí incluso cuando yo dudaba. Este logro también les pertenece, pues han sido mi mayor soporte en los momentos difíciles y mi inspiración para seguir adelante.

Finalmente, a mis amistades, por estar presentes con su apoyo, compañía y comprensión. Gracias por compartir este trayecto, por celebrar cada avance y por recordarme siempre que los grandes logros se construyen paso a paso y con el corazón.

Diana Alexandra Portillo Palacios

Agradezco, en primer lugar, a Dios, por guiarme y brindarme la fortaleza necesaria durante todo el proceso de elaboración de este proyecto, permitiéndome culminar con éxito esta etapa académica.

Expreso gratitud a la Universidad de El Salvador, en especial a la Facultad de Ciencias y Humanidades y al Departamento de Periodismo, por proporcionarme los conocimientos, recursos y herramientas que contribuyeron a mi crecimiento profesional y personal.

De manera especial, agradezco a la Licda. Silvia María Estrada López, docente del curso de especialización en Medios Digitales y Redes Sociales, por su valiosa guía, dedicación y apoyo constante durante el desarrollo de esta estrategia y en general durante el curso de la especialización. Su orientación fue clave para la culminación de este trabajo.

Agradezco también a Floristería Fantasías, por abrirme las puertas y permitirme colaborar en el fortalecimiento de su presencia digital, depositando su confianza en mí y en mi equipo para desarrollar este proyecto.

Finalmente, expreso mi más sincero reconocimiento a mi familia y amistades, quienes con su comprensión, paciencia y apoyo incondicional me motivaron a seguir adelante y alcanzar mis metas durante esta etapa universitaria. Su respaldo ha sido un pilar esencial para la culminación de este logro académico.

Gerardo Abraham Tobar Cortez

Agradezco a Dios primeramente por ser un guía en todo el proceso académico, por acompañarme en los momentos difíciles y por brindarme experiencias gratificantes dentro de mi proceso de formación. También, porque me permitió finalizar con éxito esta etapa.

Expreso mis agradecimientos a nuestra Alma Mater, Universidad de El Salvador, especialmente a la Facultad de Ciencias y Humanidades y al Departamento de Periodismo, por haberme brindado diferentes conocimientos, aprendizajes, experiencias y herramientas, para mi formación académica, personal y profesional. Por otro lado, agradecimientos especiales a la Licda. Silvia María Estrada López, docente del curso de Especialización en Medios Digitales y Redes Sociales, por su dedicación a lo largo del curso, nos brindó nuevos conocimientos, siguiendo las tendencias actuales en el mundo social en internet. Su orientación y enseñanzas hicieron posible culminar con éxito este trabajo.

Agradecimiento especial a Floristería Fantasías, por brindarme el espacio para poder acompañar su proceso en el posicionamiento digital, por su confianza en nuestro equipo de trabajo y por permitir nuestro crecimiento junto a su negocio.

También agradezco a mi familia y amigos, por su apoyo, su paciencia y su amor incondicional, que fueron base para no darme por vencido en los momentos difíciles y alcanzar mis objetivos en esta etapa universitaria.

Para finalizar estas palabras, que significan mucho para mí, de alguien que admiro "Habrán personas en el camino, quienes tratarán de minimizar tu éxito, o tomar créditos por tus logros, o tu fama, pero si solo te enfocas en el trabajo, y no dejas que esas personas te desvíen, un día cuando logres tus metas, mirarás a tu alrededor y sabrás que fuiste tú y las personas que te aman, quienes te pusieron ahí y ese será el sentimiento más asombroso en el mundo".

Gracias.

ÍNDICE

Resumen.....	10
Introducción.....	11
Análisis de la situación.....	12
Análisis FODA.....	16
Presencia digital de nuestra competencia.....	17
Análisis de publicaciones.....	18
Objetivos SMART.....	20
Identificación del público objetivo.....	21
Selección de canales digitales.....	23
Plan de contenido.....	24
Estrategia SEO.....	25
Medición y análisis.....	26
Calendario de contenidos.....	27

RESUMEN

El presente informe presenta una estrategia de marketing digital para la marca Floristería Fantasías, con el propósito de fortalecer su presencia y posicionamiento en las plataformas de Facebook e Instagram. Como punto de partida, se llevó a cabo un estudio diagnóstico de las redes sociales de la marca, evaluando el tipo de contenido publicado, la frecuencia y el nivel de interacción con la audiencia. Asimismo, se realizó un análisis FODA que permitió identificar las principales fortalezas, además de detectar áreas de oportunidad relacionadas con la gestión del contenido digital. Con base en los resultados obtenidos, se definieron objetivos específicos y medibles, entre ellos incrementar en un 35% la cantidad de seguidores en Instagram en un período de dos meses y mejorar la interacción en Facebook mediante estrategias de contenido atractivo y planificado. La propuesta incluyó la creación y entrega de un calendario de publicaciones, estructurado en torno a pilares comunicacionales previamente establecidos.

Palabras clave: Marketing, estrategia, redes sociales, branding, SEO, floristería, arreglos.

INTRODUCCIÓN

Como All Business Marketing, nuestra presente estrategia digital ha sido elaborada para Floristería Fantasías, con el propósito de fortalecer su presencia en el entorno digital mediante una planificación enfocada en redes sociales y contenidos visuales. La estrategia incluye acciones que permitan aumentar seguidores y mayor alcance de sus productos.

Actualmente, la mayoría de personas buscan y consumen información a través de internet. Las redes sociales se han convertido en un fuerte aliado para los emprendedores y a los consumidores a descubrir productos nuevos y posteriormente a la adquisición de ellos. Por ello, contar con una presencia digital constante y alineada con los intereses del público objetivo, es esencial para fortalecer su posicionamiento en el entorno digital y conectar con nuevos clientes.

1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

1.1 Presencia digital actual

“Floristería Fantasías” posee actualmente Facebook, Instagram y WhatsApp como redes sociales con las que opera dicha empresa, para manejar el marketing, promoverse con los clientes y ofrecer sus servicios atendiendo las 24 horas y respondiendo a la brevedad posible.

En Julio del 2020 la marca hizo su transición a la red social Facebook e Instagram, estas fueron creadas simultáneamente para comunicar el nuevo emprendimiento y marca con la que se iniciaría a trabajar, FANTASÍAS, pero como tienda de flores y regalos.

1.2 Facebook

En esta red social sus primeras publicaciones fueron para explicar la transición que se realizaría de, empresa de decoraciones, a tienda de regalos y flores, su logo en tono color rosa y contando con el apoyo de sus clientes habituales ha logrado hasta la fecha un nivel de seguidores de 1,4 mil en esta red social.

Sin embargo en el primer año de julio 2020 a octubre 2020 se hicieron publicaciones entre 2 a 4 por mes, la redacción no posee SEO ni marketing de contenido, solo la frase “detalles” y dos hashtag repetitivos pero con pocas reacciones y likes, en algunas publicaciones y la gran mayoría pasan desapercibidas sin reacciones de ningún tipo.

Las imágenes son de autoría propia, sin embargo las publicaciones no son muy llamativas por caer en la monotonía de ser la típica publicación de floristería sin ser muy llamativo y aunque sean diferentes arreglos, flores y colores no hay mayor innovación en sus publicaciones con el copy.



A finales de febrero de 2022 se volvió a hacer una nueva publicación con un nuevo logo y nueva tipografía bajo el nombre Fantasías Floristería; desde febrero hasta julio 2022 hay publicaciones cada 2 o 4 días de frecuencia con pocos comentarios y likes, sin redacción con marketing de contenido, sin SEO, solo con descripción del producto en algunas publicaciones.



En el 2023 hay 2 reels y publicaciones intermitentes entre febrero y marzo, luego publicó el 10 de mayo y siguió publicando intermitente hasta julio 2023, con el mismo comportamiento de sus publicaciones y se encontró una pregunta solicitando información sin respuesta.

En el 2024 si hay 6 reels y publicaciones desde enero del 2024. En febrero del mismo año se publicó el nuevo logo de Fantasías Floristería ya en tono dorado con destellos de reflejo y un tulipán en la letra “i” de Fantasía, tuvo publicaciones casi periódicas en los meses consiguientes con intervalos de 2, 3, o 5 días hasta la quincena de noviembre 2024 con poco auge de likes y otra pregunta solicitando información del arreglo sin contestar.



En este 2025 se publicó desde febrero hasta el 3 de agosto dejando sin publicaciones el mes de marzo y junio; se publicaron 10 reels en lo que va del año con pocas publicaciones algunas sin copy, sin redacción con marketing de contenido, sin redacción SEO y sin redacción para venta.

1.3 Instagram

De julio de 2020 a septiembre de 2020, hubo publicaciones esporádicas con casi el mismo copy y hashtag, los likes son entre 8 y 15; se encontraron dos preguntas solicitando información sin ser respondidas.

En el 2021 se publicó de enero a octubre dejando sin publicar el mes de abril y septiembre. De noviembre 2021 a enero 2022 las fotos siguen siendo propias arreglos de todo tipo, se publicó un par de reels la tendencia es la misma en las publicaciones, cantidad de likes, redacción, hashtag y copy.

En el 2022 se inició a publicar a finales de febrero igual que en Facebook y la mayoría de publicaciones son similares en ambas redes sociales a lo largo del año, sin embargo, en 2022 se publicó un reel en octubre por el Día de los muertos, aunque en septiembre y el resto del año ya no hubo publicaciones hasta febrero 2023 y en ese año solo hubieron de 4 a 6 publicaciones en los meses de febrero, marzo, mayo, septiembre y noviembre del 2023.

En enero del 2024 inicio nuevamente publicaciones, en este año publicó hasta noviembre 2024 hizo 6 reels a lo largo del año, cambió un poco el copy y la redacción fue más breve, sin embargo solo logro unos cuantos comentarios y likes en promedio de 8 a 16 por fotografía posteada.

El 2025 lo inició publicando desde enero con más reels que los años atrás y ha estado publicando de 6 a 8 publicaciones en meses fuertes y de 4 a 6 publicaciones en meses bajos solo el mes de junio no presenta ninguna publicación. Ha cambiado su tipo de fotografía, hoy son más ramos tomados en exteriores, los copy han mejorado un poco, sin embargo los likes suben en pocas publicaciones y en la mayoría se mantiene el promedio de hace 4 años atrás, la redacción se necesita mejorar para crear redacción SEO y marketing de contenido.

1.4 Descripción de la marca e información general

“Floristería Fantasías” es una empresa hermana de “Enrique Escobar Eventos” la cual se vio afectada a causa de la pandemia de COVID-19, en el tiempo que quedaron suspendidas todo tipo de reuniones multitudinarias, cerrando la oportunidad de realizar decoraciones para fiestas y eventos sociales, quedando estancada la empresa principal se tuvo que reinventar y

resurgir como una segunda empresa derivada de la primera con un nuevo concepto, nuevo logo y nuevos servicios.

Es así como en julio del 2020 nace “Floristería Fantasías”, dedicada a la elaboración y comercialización de arreglos florales naturales, artificiales y frutales para toda ocasión; así como florales fúnebres y de detalle como el cliente los solicita, ofreciendo calidad y creatividad en cada producto.

La casa matriz se ubica en el distrito de Ilobasco y una sucursal más en el distrito de Tejutepeque, teniendo una cobertura departamental en Cabañas. Algo muy especial de “Floristería Fantasías” es que posee la capacidad de innovar, con la versatilidad, talento y especial creatividad de sus colaboradores; así como la capacidad de adaptación ante dificultades o adversidades.

Otro aspecto a destacar es su atención al cliente las 24 horas, lo cual le da más realce dentro de la competencia y por consiguiente su tiempo de respuesta es casi inmediato. Y la atención a sus clientes es por medio de Facebook, Instagram y WhatsApp.

2. ANÁLISIS FODA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Amplia variedad de arreglos florales	Promociones especiales para días festivos y ocasiones especiales	Capacidad limitada de entregas a nivel paracentral	Precios fluctuantes de las flores debido a las condiciones del mercado
Diseñadores florales experimentados y creativos	Ampliación e innovación de productos a nuevas necesidades	No se tiene un plan de marketing	Alteraciones climáticas que afectan al suministro de flores
Ubicación privilegiada y céntrica con tráfico peatonal	Crecimiento del comercio electrónico y mayor predisposición a comprar productos florales online	Competencia de otras floristerías locales	Las interrupciones de la cadena de suministro global afectan la disponibilidad de flores
Excelente servicio al cliente	Generación de empleo	Pocas publicaciones en redes sociales	Restricciones regulatorias a la importación de ciertas flores
Opciones de personalización para ramos y arreglos	Participar o crear eventos publicitarios	Falta de expansión en el mercado	Fluctuaciones en el ingreso disponible que afectan al gasto de los clientes

3. PRESENCIA DIGITAL DE NUESTRA COMPETENCIA

Nuestro cliente	Facebook	Instagram
Floristería Fantasías	Floristería Fantasías https://www.facebook.com/floristeriafantasias	floristería.fantasias https://www.instagram.com/floristeria.fantasias/

Competencia	Facebook	Instagram	TikTok
Floristería Baires	Floristeria Baires https://www.facebook.com/people/Floristeria-Baires/100069899235275/	floristeria.baires https://www.instagram.com/floristeria.baires/	floristeriabaires https://www.tiktok.com/@floristeriabaires? t=ZM-8yiFyBZKVBl& r=1
Betty Floristería	Betty Floristería https://www.facebook.com/people/Betty-Florister%C3%ADa/100063639382924/	betty_floristeria https://www.instagram.com/betty_floristeria/	No posee
Lemar Floristería	Lemar Floristería https://www.facebook.com/people/Betty-Florister%C3%ADa/100063639382924/	lemarfloristeria https://www.instagram.com/lemarfloristeria/	lemar_floristeria https://www.tiktok.com/@lemar_floristeria? t=ZM-8yiGq973xrB& r=1

4. ANÁLISIS DE PUBLICACIONES

Floristería Baires	Betty Floristería	Lemar Floristería
<p>Tipo de publicación destacada:</p> <p>Carrusel de Instagram mostrando la variedad de ramos buchones</p> <p>La mayoría de sus publicaciones son solo fotografías de los arreglos florales</p> <p>Contenido replicado de Instagram a Facebook sin ajustes visuales y de formato</p>	<p>Tipo de publicación destacada:</p> <p>Reel de Instagram regalando rosas por el Día de la enfermera</p> <p>Posee contenido replicado de Instagram a Facebook</p> <p>Fotos de autoría propia</p> <p>Publican foto del producto final</p>	<p>Tipo de publicación destacada:</p> <p>TikTok mostrando un ramo fuego con mensaje oculto</p> <p>Publican contenido con la misma temática, pero adaptan el diseño para cada red social</p> <p>Contenido bien diseñado y útil</p>

4.1 Observaciones claves

Versatilidad: Todas las marcas trabajan distintos formatos de contenido: reels, carruseles, videos y fotografías

Diferencias entre canales: Aunque todas están en varias redes, suelen replicar contenido sin adaptarlo. La única excepción parcial es Lemar Floristería, que adapta la misma temática pero con diferente formato para Facebook e Instagram, además utilizan TikTok como canal de atracción para Instagram

Instagram sigue siendo el mayor centro de operaciones de la mayoría de las floristerías

Contenido más efectivo: Los reels y carruseles con fotografías de los productos son los que generan mayor atracción, aunque ninguno muestra el proceso de creación ni brinda información o tips de cuidados de los arreglos

4.2 Comparativa de estrategias

Marca	Contenido destacado	Objetivo principal	Canales con mejor enfoque
Floristería Baires	Carrusel de Instagram mostrando la variedad de ramos buchones	Generar ventas	Instagram
Betty Floristería	Reel de Instagram regalando rosas por el Día de la enfermera	Atraer tráfico a Instagram	Instagram
Lemar Floristería	TikTok mostrando un ramo fuego con mensaje oculto	Generar ventas y aumentar seguidores	TikTok e Instagram

5. OBJETIVOS SMART

- Aumentar en un 35% los seguidores en Instagram en los próximos 2 meses, pasando de 892 a 1,200 seguidores, mediante campañas semanales de contenido interactivo y el uso de historias para fomentar la participación con el público
- Incrementar un 30% las ventas mensuales de arreglos florales en los próximos 2 meses, pasando de un promedio de 45 a 70 pedidos al mes, mediante contenido promocional en redes sociales
- Mejorar en un 25% el tráfico mensual del sitio web de Floristería Fantasías en los próximos 2 meses, pasando de 4,000 a 5,000 visitas mensuales, mediante la optimización SEO y publicaciones semanales en redes sociales
- Reactivar la actividad en Instagram y Facebook publicando al menos 4 veces por semana durante los próximos 2 meses, con el fin de aumentar progresivamente las interacciones y mantener una presencia más constante en redes sociales

6. IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

Buyers persona 1 Facebook

Daniel González

Edad: 45 años

Estado civil: Casado y tres hijos

Cargo: Empleado administrativo

Ubicación: Cojutepeque

Ingresos: \$750 mensuales

Carácter: Responsable y detallista



Objetivos y necesidades

- Sorprender a su esposa con un detalle bonito en fechas importantes
- Recibir ayuda para elegir el arreglo adecuado (no sabe mucho de flores)

Miedos y frustraciones

- Que el arreglo no sea del gusto de su esposa
- Que la entrega se retrase

Intereses

- Fechas conmemorativas
- Regalos prácticos
- Familia

Comportamiento

- Usa WhatsApp para hacer pedidos
- Compra solo en ocasiones especiales

Buyers persona 2 Facebook

Karla Monge

Edad: 26 años

Estado civil: Acompañada

Cargo: Cosmetóloga profesional

Ubicación: San Martín

Ingresos: \$500 mensuales aprox.

Carácter: Creativa y dinámica



Objetivos y necesidades

- Crear un ambiente agradable para sus clientas
- Usar arreglos florales como parte de su branding visual (para fotos, reels, etc.)

Miedos y frustraciones

- Que el empaque no luzca bien para redes sociales
- Que las flores naturales se marchiten rápido

Intereses

- Diseño de interiores
- Sigue cuentas de floristerías, estudios de belleza y marcas estéticas

Comportamiento

- Toma fotos a los arreglos para usarlos en reels o historias
- Compara precios

Buyers persona 3 Facebook

Daniela Méndez

Edad: 35 años

Estado civil: Acompañada

Cargo: Community manager

Ubicación: Santa Tecla

Ingresos: \$800 mensuales

Carácter: Responsable y dinámica



Objetivos y necesidades

- Obsequiar un arreglo bonito y significativo para su mamá en el Día de la Madre
- Comprar de forma rápida y segura desde su celular

Miedos y frustraciones

- Que el arreglo no luzca como en la publicación
- Que se queden sin stock en las fechas importantes

Intereses

- Branding, marketing digital y diseño
- Estética visual y armonía de colores
- Pinterest

Comportamiento

- Prefiere pagar en línea o por transferencia
- Comparte sus compras en stories en instagram

Buyers persona 1 Instagram

Carlos Medina

Edad: 26 años
Estado civil: Acompañado
Cargo: Empleado en Call Center
Ubicación: San Salvador
Ingresos: \$750 mensuales
Carácter: Atento y responsable

Objetivos y necesidades

- Sorprender a su madre con un detalle
- Contar con servicio de entrega el mismo día



Miedos y frustraciones

- Tener que esperar mucho por la entrega
- Que no le respondan rápido en WhatsApp

Intereses

- Recuerda fechas especiales donde busca brindar obsequios
- Promociones o descuentos

Comportamiento

- Prefiere arreglos que ya estén armados (sin tener que personalizar mucho)
- No es cliente frecuente, pero cuando compra quiere rapidez y solución inmediata

Buyers persona 2 Instagram

Pamela Cortez

Edad: 35 años
Estado civil: Casada
Cargo: Negocio propio
Ubicación: Ilopango
Ingresos: \$600 mensuales
Carácter: Dedicada y responsable

Objetivos y necesidades

- Encontrar arreglos florales personalizados
- Servicio rápido y confiable



Miedos y frustraciones

- Que el arreglo no se mire igual que en las fotos
- No recibir el pedido a tiempo

Intereses

- Le interesa invertir en nueva decoración para sus clientes
- Estética visual

Comportamiento

- Revisa los comentarios antes de comprar en línea
- Compara precios entre floristerías

Buyers persona 3 Instagram

Mariana Alvarado

Edad: 27 años
Estado civil: Soltera
Cargo: Wedding planner
Ubicación: San Salvador
Ingresos: \$1000 mensuales
Carácter: Responsable y detallista

Objetivos y necesidades

- Colaborar con floristerías confiables que ofrezcan arreglos personalizados y elegantes
- Acceder a catálogos de arreglos para bodas
- Mantener contactos profesionales con los que pueda contar en cada evento



Miedos y frustraciones

- Que el proveedor no llegue a tiempo el día del evento
- Que los arreglos no cumplan con lo prometido

Intereses

- Tendencias en bodas
- Branding, marketing, fotografía de eventos

Comportamiento

- Usa Instagram y Pinterest como inspiración y herramienta de búsqueda
- Comparte contenido en redes si el trabajo fue perfecto
- Se comunica principalmente por Instagram

7. SELECCIÓN DE CANALES DIGITALES

Redes sociales seleccionadas: Instagram y Facebook

¿Por qué Instagram?

- Es una red visual, ideal para mostrar los arreglos florales
- Permite expresar creatividad, sofisticación y elegancia (valores de la marca)
- El cliente ha visto buenos resultados: hay más vistas e interacción
- Reels, historias y publicaciones conectan emocionalmente con el público
- Ideal para mostrar diseños únicos y detalles personalizados

¿Por qué Facebook?

- Red muy usada en Ilobasco, Tejutepeque y todo Cabañas
- Ideal para llegar a adultos que compran para eventos como funerales, aniversarios, cumpleaños
- Facilita la atención al cliente 24/7 por Messenger
- Útil para publicar promociones, álbumes y contenido emocional.

7.1 Elementos clave para el éxito digital

- Fotos de alta calidad
- Publicaciones constantes y emotivas
- Respuesta rápida a mensajes
- Revisión de resultados

7.2 Conclusión

Instagram y Facebook fueron elegidas porque:

- Se alinean con el tipo de producto (visual y emotivo)
- Llegan a nuestro público objetivo
- Permiten mostrar el valor de marca: creatividad, calidez y sofisticación
- Son canales que impulsan las ventas, construyen marca y permiten interacción directa

8. PLAN DE CONTENIDO

MARKETING DE CONTENIDOS	BRANDING	VENTAS	INTERACCIONES
Clip sobre ¿Qué flores duran más sin agua?	Publicación tipo carrusel mostrando los valores dentro de tu marca.	Publicación con descuento exclusivo para clientes primerizos.	Encuestas en historias o post "¿prefieres las flores artificiales o naturales?".
Publicación sobre 10 errores más comunes al cuidar tus flores naturales.	Clip definiendo la marca en cinco palabras.	Promoción del mes "Ramo de girasoles" a precio especial.	Encuestas en historias o post "¿Prefieres dar o recibir flores?".
Un día en nuestro taller floral.	Clip mostrando ¿Por qué los clientes deben preferirte?	MegaCombo Romántico. "Rosas+chocolates+foto polaroid" a precio especial.	Encuestas en historias o post "¿prefieres rosas o girasoles?".
Creación de arreglos florales: transformación del antes y después.	Publicación tipo carrusel sobre ¿Cómo puedes cuidar tus flores?	Clip mostrando el proceso de armado de un ramo.	Encuestas en historias o post "Flores con colores cálidos o vivos".
Guía rápida: ¿Cómo puedes identificar flores frescas antes de comprarlas?	Publicación sobre "Tu ramo ideal según tu personalidad".	Compartir carrusel con flores para cada ocasión.	Encuestas en historias o post "Flores con dedicatoria o sin dedicatoria".
Contrastes que funcionan en arreglos florales.	Publicación inspiracional sobre "El origen de tu marca".	Clip mostrando la diferencia de los tamaños de los ramos según precios.	Pregunta ¿Cuál es tu flor favorita y por qué?
Crea tu ramo perfecto usando emojis.	Publicación sobre los tipos de envoltorios según la preferencia.	Descuento especial a clientes frecuentes bajo registro digital.	Pregunta ¿Le regalarías flores a alguien especial este día?
Diferencia entre ramos minimalistas y ramos recargados.	Publicación destaca sobre "La flor de la semana".	Publicación sobre "Ramo especial del día" con un nombre especial.	Dinámica sobre "Cuantas flores crees que hay en el ramo"
Beneficios psicológicos de tener flores naturales en casa.	Diseñar gráficos acompañados con flores y frases motivacionales.	Carrusel mostrando los ramos florales en diferentes espacios.	Dinámica "Adivina la flor según la silueta".
Video como guía para usar flores según su color.	Publicación sobre "La flor favorita del mes".	Publicación sobre "El producto más vendido del mes".	Menciona en esta publicación a alguien que merezca flores.
Contrastes que funcionan en arreglos florales.	Publicación inspiracional sobre "El origen de tu marca".	Clip mostrando la diferencia de los tamaños de los ramos según precios.	Pregunta ¿Cuál es tu flor favorita y por qué?
Crea tu ramo perfecto usando emojis.	Publicación sobre los tipos de envoltorios según la preferencia.	Descuento especial a clientes frecuentes bajo registro digital.	Pregunta ¿Le regalarías flores a alguien especial este día?
Diferencia entre ramos minimalistas y ramos recargados.	Publicación destaca sobre "La flor de la semana".	Publicación sobre "Ramo especial del día" con un nombre especial.	Dinámica sobre "Cuantas flores crees que hay en el ramo"
Beneficios psicológicos de tener flores naturales en casa.	Diseñar gráficos acompañados con flores y frases motivacionales.	Carrusel mostrando los ramos florales en diferentes espacios.	Dinámica "Adivina la flor según la silueta".
Video como guía para usar flores según su color.	Publicación sobre "La flor favorita del mes".	Publicación sobre "El producto más vendido del mes".	Menciona en esta publicación a alguien que merezca flores.

9. ESTRATEGIA SEO

Palabras clave principales (pilares de contenido)

Estas keywords deben usarse en biografías, descripciones de productos, hashtags, copies y reels:

- Floristería en Ilobasco
- Arreglos florales
- Ramos de flores
- Flores para cumpleaños
- Flores para aniversario
- Flores a domicilio
- Ramos de rosas

Palabras clave secundarias (subtemas de contenido)

Orientadas a la intención de compra y tendencias en fechas especiales:

- Flores para San Valentín
- Arreglos florales para bodas
- Ramos de graduación
- Detalles con globos y flores
- Arreglos personalizados
- Regalos con flores
- Flores económicas en Ilobasco

Palabras clave en redes sociales

Aprovechar hashtags y tendencias para mayor visibilidad:

- #FloresConAmor
- #RamosPersonalizados
- #DetallesQueEnamoran
- #FloresADomicilio
- #RamosDeRosas
- #RegalosEspeciales
- #FloristeríaSV (o Ilobasco)

Optimización de perfiles y publicaciones

Biografía de Instagram: incluir palabras clave principales como: Floristería en Ilobasco, Ramos de flores y arreglos personalizados para toda ocasión, Envíos a domicilio.

Texto en imágenes: describir con keywords (ej. “Ramo de rosas rojas para aniversario”)

Hashtags combinados: usar 3-5 de alta competencia (#flores, #rosas, #regalos), 5-7 de media (#arreglosfloralesSV, #floresadomicilio), 3-5 de baja competencia y locales (#floristeríailobasco, #ramosSV).

10. MEDICIÓN Y ANÁLISIS

Estadísticas de Meta Business Suite Instagram

- Visualizaciones: 20,735 + 298% = Crecimiento fuerte sin necesidad de pagar publicidad
- Alcance: 1,912 + 234% = Mayor visibilidad y llegada a nuevas personas
- Interacciones: 138 + 590% = La audiencia participa más: reacciona, comenta y comparte
- Visitas al perfil: 231 + 140% = Más interés en conocer la marca
- Seguidores: +20 nuevos + 900% = Poco en número, pero alto porcentaje de crecimiento
- Clics en enlace: 0% = Debilidad clave: falta de conversiones hacia enlace externo
- Demografía: Mayoría mujeres 25-34 años, principalmente de Ilobasco y San Salvador

Estadísticas de Meta Business Suite Facebook

- Seguidores: 1,402 totales, +78 nuevos, pero con -43.5% de crecimiento vs. periodo anterior
- Demografía: 76% mujeres, mayoría 25-34 años, principal ubicación Ilobasco (62%)
- Visitas a la página: 4,202 -35.7%. Menor tráfico al perfil
- Visualizaciones: 24,643
- Alcance: 5,739 +94.3%. Aumento notable de visibilidad
- Interacciones: 1,352 -53.3%. Buen alcance pero bajo engagement
- Clics en enlace: 45 +100%. Pocos, pero tendencia positiva
- Contactos y mensajes: 14 totales -77.4%. Baja conversión a leads

Conclusión General: Floristería Fantasías ha logrado un crecimiento orgánico sólido en ambas plataformas, especialmente en alcance, visualizaciones e interacciones en Instagram, y mayor visibilidad en Facebook. El público está muy bien definido: mujeres jóvenes-adultas de Ilobasco, lo que facilita crear campañas hiperlocales y personalizadas.

Oportunidades de mejora:

- Potenciar conversiones (clics y contactos) con llamados a la acción claros.

- Aumentar la frecuencia y atractivo del contenido, especialmente en Facebook.
- Aprovechar fechas clave para campañas dirigidas al público principal.
- Considerar campañas pagadas segmentadas localmente

11. CALENDARIO DE CONTENIDOS

Para 2 semanas de Facebook e Instagram

Link para acceder:

https://drive.google.com/file/d/1Krgxy3N9O6qr9igJESlN2wfQwNB_5Ysy/view