

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



TÍTULO:

ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA YKIKAS

PRESENTADO POR:

DANIELA ELIZABETH ALEGRÍA UMANZOR	AU17001
RODRIGO JOSÉ CRUZ LINARES	CL18066
GABRIELA MARCELA MENJÍVAR VARGAS	MV18063
ADRIANA MARLENE MURGA LINARES	ML15056
KARLA EUGENIA PADILLA RAMOS	PR16048

INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN “MEDIOS DIGITALES Y REDES SOCIALES” PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE LICENCIATURA EN PERIODISMO

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA

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
MAESTRO JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA
RECTOR

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFAN MATA
VICERRECTORA ACADÉMICA

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

LICENCIADA PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA
SECRETARIO GENERAL

LICENCIADO CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA
FISCAL GENERAL

LICENCIADA ANA RUTH AVELAR
DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**
MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA
DECANO

MAESTRA MARIA BLAS CRUZ JURADO
VICEDECANA

MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA
SECRETARIA

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
DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

AGRADECIMIENTOS

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas que formaron parte de nuestro proceso académico y personal durante la realización de este informe final. Este trabajo representa no solo el esfuerzo y la dedicación de nuestro equipo, sino también el apoyo constante de quienes nos acompañaron a lo largo de nuestra formación en la carrera de Periodismo.

Agradecemos profundamente a nuestros padres y familias:

Daniela Alegría.

A Dios, por darme las herramientas necesarias, por guiarme en cada paso de mi vida, especialmente en esta etapa académica. Su presencia me ha fortalecido y me ha permitido superar cada reto con fé y perseverancia.

Mi familia, quienes han sido mi soporte a lo largo de este camino. A mi padre Jaime Alegría, por su ejemplo de trabajo y responsabilidad; a mi madre Sandra de Alegría, por su amor incondicional y sus palabras de ánimo en los momentos más exigentes; a mis hermanas Bessy y Krissia Alegría, por su compañía, comprensión y constante apoyo; y a mi sobrinito Dylan Alegría, cuya alegría y amor fueron un recordatorio de lo hermoso que es seguir adelante.

Agradezco a mis abuelas y abuelos, Lidia de Alegría, Venancio Alegría; Gladys de Umanzor, Efrain Umanzor y Porfirio Pérez, por dejar una semilla y una huella en mi vida. Sus consejos, amor y cariño, son parte de este camino. Gracias a toda mi familia, por ser la inspiración detrás de este esfuerzo, el motor de mis metas y el motivo para alcanzar este logro.

Marcela Vargas.

Primeramente darle las gracias a Dios, porque él ha marcado un propósito especial en mi vida, y este logro, es parte de su bondad en mí.

A mi amada madre Claudia Vargas, quien es el cimiento más importante en mi vida, quien me ha demostrado que con amor y discernimiento me ha guiado hasta culminar esta etapa, por ser mi fuerza en los momentos difíciles, este logro no solo me pertenece a mí, es de ambas, porque sin su apoyo económico y moral, mi vida no fuera igual, no alcanzan las palabras para expresar el agradecimiento que le tengo.

Agradezco a mi papá Martin Izarpate, por su apoyo incondicional a lo largo de mi vida, quien fue el soporte en la adversidad cuando era necesario, estaré totalmente agradecida siempre por su cariño y por sus palabras de aliento que siempre fueron oportunas.

Gracias a mi hermana, Karla Vargas, por su compañía en todo momento, por siempre llenarme de amor y fortaleza, por ser mi confidente y ser un gran respaldo en mi vida, con mucho amor te doy las gracias, por siempre apoyarme.

Rodrigo Cruz

Quiero dar gracias a Dios por darme esa fortaleza como estudiante, que me sirvió para no darme por vencido a pesar de las adversidades.

Asimismo agradezco a mis padres, Manuel Cruz y Claudia Dubon, que a su manera me orientaron en su momento y me apoyaron, también agradecer a mi hermana Andrea Cruz quien ha sido mi soporte económico cuando se ha requerido durante la carrera y me ha ayudado incondicionalmente.

Por último, gracias a todos mis compañeros que formaron parte de esta carrera y que estuvieron a lo largo de cada materia y cada trabajo entregado con éxito.

Adriana Murga

Agradecer primeramente a Dios porque me ha permitido llegar hasta acá, pese a todas las dificultades puedo decir que por su misericordia culmine mi carrera.

A mis madres Yaceni y Roxana, a mi papá Julio Castillo, a mi abuela Fidela Linares que goza de la presencia de Dios, mi hermana Ana Yancy Murga, tías y demás familia, quienes me brindaron su apoyo y amor incondicional y este logro es una pequeña retribución a lo mucho que hicieron y han hecho por mí.

A mis amigos y compañeros cercanos que me brindaron su ayuda y su apoyo a lo largo de mi carrera agradezco infinitamente.

Karla Padilla.

A Dios, por permitirme culminar esta etapa de mi vida, por darme la sabiduría y la fortaleza necesarias para superar cada uno de los desafíos que se presentaron a lo largo de mi carrera universitaria. A mis padres, Marina Ramos y Ernesto Quinteros, quienes han sido mi inspiración y mi pilar fundamental en todo este proceso. Gracias por su amor, por su apoyo incondicional y por confiar siempre en que saldría adelante, sin importar lo difíciles que fueran los momentos.

Quiero hacer una mención muy especial a mi abuelo Anacleto López, quien me esperaba con entusiasmo cada tarde al salir de la universidad. Sé que desde el cielo está feliz y orgulloso de este logro que también es suyo. A mis hermanos, Thiago, Yasmin, Anabell y Aland por sus palabras de aliento, su cariño y sus buenos deseos en cada uno de mis proyectos. Gracias por ser parte de este camino y por acompañarme con tanto amor.

A mis amigos de la universidad, quienes se convirtieron en una segunda familia. Gracias por las risas, los desvelos, el apoyo mutuo. Sin duda, su compañía hizo más ligero y especial este recorrido.

Extendemos nuestro agradecimiento a: los seres queridos de cada uno de los integrantes de nuestro grupo de trabajo, quienes han sido nuestro pilar fundamental, gracias por su amor incondicional, por creer en nosotros incluso en los momentos más difíciles y por brindarnos las herramientas necesarias para alcanzar nuestras metas y aunque algunos ya no estén con nosotros, la huella que dejaron permanecerá siempre.

Ustedes son las personas más importantes de nuestras vidas y quienes con compromiso y sabiduría compartieron sus conocimientos, experiencias y nos alentaron a crecer como profesionales y a ejercer con ética, responsabilidad y pasión esta hermosa carrera.

Gracias por su apoyo, por sus palabras de aliento, los abrazos y la paciencia. Por comprender nuestras ausencias en semana de evaluaciones y por celebrar con nosotros cada logro. Su presencia ha sido un refugio y una fuente de fuerza en este camino académico.

Esta meta alcanzada es también suya, porque sin ustedes, nada de esto habría sido posible. La lista de personas que contribuyeron es extensa por eso damos las gracias a nuestras familias en general.

Finalmente, a todas las personas que directa o indirectamente contribuyeron en la realización de este proyecto sobre la marca Ykika's, un emprendimiento salvadoreño de repostería que refleja el espíritu emprendedor y creativo de nuestro país. A Jessica Molina propietaria de la marca por cada aporte y por su entusiasmo que fue una motivación para seguir adelante y culminar con orgullo este trabajo que simboliza el cierre de una importante etapa y el inicio de nuevos retos profesionales.

ÍNDICE

RESUMEN	VII
INTRODUCCIÓN	VIII
SITUACIÓN Y PRESENCIA DIGITAL ACTUAL	9
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA	10
OBJETIVOS SMART DE LA MARCA	11
KPI'S a medir	11
FODA	12
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	13
1. PASTELERÍA CHANEH	13
2. DULZEA - SWEET INFINITY SV	14
3. ENDÚLZATE BY ELE	15
BUYER PERSONA	16
REDES SOCIALES DE LA MARCA	18
Facebook	18
Instagram	18
CANALES DIGITALES Y LÍNEAS DE CONTENIDO	19
Facebook	19
Instagram	19
PLAN DE CONTENIDO	20
ESTRATEGIA SEO	23
CALENDARIO DE CONTENIDO	25
ANEXOS	30
Piezas Gráficas de Facebook	30
Piezas Gráficas de Instagram	31
Referencias	32

RESUMEN

El presente trabajo da a conocer los conocimientos adquiridos en el curso y propone una estrategia de marketing digital diseñada para Ykika's, con el propósito de fortalecer su presencia en redes sociales, mejorar la interacción con su público objetivo y aumentar sus ventas mediante contenido atractivo y relevante. La marca al hacer el análisis, revela que su presencia digital es limitada en Facebook e Instagram, donde la actividad y el contenido carece de planificación, coherencia visual y estrategias de optimización como copys, hashtags o llamados a la acción, lo que ha reducido su alcance e interacción con el público. Ante esta situación, la estrategia propuesta busca fortalecer la visibilidad y posicionamiento digital de Ykika's mediante objetivos SMART orientados a incrementar las ventas, seguidores e interacciones en redes sociales. El plan incluye la creación de contenido visual atractivo, la optimización de su perfil, la implementación de herramientas de automatización y la segmentación de campañas publicitarias. Con estas acciones, se pretende que Ykika's aproveche el potencial del entorno digital para consolidarse como una marca auténtica y de confianza dentro del mercado salvadoreño de repostería, conectando emocionalmente con sus clientes y diferenciándose de la competencia.

Palabras clave: estrategia digital, marketing, redes sociales, plan de contenido y presencia en redes sociales.

INTRODUCCIÓN

Actualmente las marcas que desean crecer y mantenerse vigentes en las redes sociales, deben construir una presencia digital sólida, estratégica y coherente. Este escenario no solo exige ofrecer productos de calidad, sino también comunicar experiencias, emociones y valores que conecten con el público objetivo. En este contexto surge Ykika's, un emprendimiento salvadoreño de repostería que se dedica a la creación de pasteles y postres personalizados para toda ocasión, destacándose por su compromiso con la excelencia, la creatividad y la autenticidad en cada uno de sus productos.

Ykika's nació en el año 2020 como una iniciativa emprendedora que buscaba generar ingresos a través de la pasión por la repostería. Con el tiempo, su dedicación y esmero se transformaron en una propuesta de valor basada en la personalización, el servicio amable y el uso de ingredientes frescos y libres de preservantes. Esta filosofía ha permitido a la marca ganarse la confianza de sus clientes, quienes reconocen en cada creación el amor y la atención al detalle que caracterizan su trabajo. No obstante, en un mercado cada vez más competitivo, contar con una excelente calidad no es suficiente para alcanzar un crecimiento sostenido.

A través de un análisis detallado de su situación actual, su entorno competitivo y las oportunidades que ofrece el mercado, se propone una serie de acciones orientadas a optimizar su comunicación digital y posicionar la marca como una opción confiable, creativa y auténtica dentro del mercado local de repostería en El Salvador.

A través del análisis de su situación actual, la evaluación de la competencia, la identificación de fortalezas y oportunidades, y la definición de objetivos SMART, esta estrategia busca transformar la manera en que Ykika's se comunica con su audiencia. El propósito es lograr que cada publicación, imagen y mensaje refleje la esencia de la marca: una combinación perfecta entre sabor, creatividad y cercanía, convirtiendo su presencia digital en una herramienta efectiva de crecimiento y fidelización.

Esta estrategia está diseñada no solo para aumentar visibilidad y seguidores, si no para que la marca pueda posicionarse y permanecer en la mente de cada cliente, además de reforzar la identidad a través de copys, herramientas SEO, imágenes y CTA.

SITUACIÓN Y PRESENCIA DIGITAL ACTUAL

La marca Ykika's es un emprendimiento salvadoreño de repostería que ha logrado consolidarse por la calidad y personalización de sus productos. Sin embargo, su presencia digital aún se encuentra en una etapa inicial y con múltiples oportunidades de mejora.

En la actualidad, la marca utiliza principalmente Facebook e Instagram como sus canales de comunicación, pero su desempeño en estas plataformas es limitado debido a la falta de una estrategia de marketing digital estructurada y coherente con sus objetivos de crecimiento.

En Facebook, Ykika's ha mostrado un bajo nivel de actividad, con publicaciones esporádicas y escasa interacción con el público. Aunque en los últimos 90 días se registraron algunos incrementos en visualizaciones, las métricas generales reflejan un alcance reducido y poca participación de los usuarios.

Su última publicación, realizada en febrero de 2024, obtuvo resultados mínimos, lo que evidencia la falta de consistencia y planificación en la gestión del contenido. Las descripciones de los post carecen de elementos fundamentales como textos persuasivos (copys), llamados a la acción (CTA) y uso estratégico de hashtags, factores clave para aumentar la visibilidad y el posicionamiento en los motores de búsqueda.

En Instagram, aunque la cuenta cuenta con un número moderado de seguidores, la interacción sigue siendo baja. La mayoría de las visualizaciones provienen de seguidores existentes, lo que indica un alcance limitado hacia nuevas audiencias.

El contenido publicado se basa principalmente en fotografías de pasteles y postres, pero carece de una línea gráfica definida, encuadres atractivos o estrategias de marketing de contenido que destaquen la esencia artesanal y personalizada de la marca. Además, no se han implementado acciones de optimización SEO ni campañas publicitarias segmentadas que permitan aprovechar el potencial de la plataforma.

En términos generales, la presencia digital de Ykika's puede calificarse como débil y poco estratégica. Si bien la marca transmite autenticidad y pasión en sus productos, no logra reflejar plenamente en sus canales digitales.

La falta de constancia, la ausencia de contenido relevante y la escasa interacción con la comunidad reducen su potencial de crecimiento en el entorno digital. Por ello, es fundamental desarrollar una estrategia integral que incluya la creación de contenido visual atractivo, la optimización de perfiles, la implementación de mensajes automatizados y la planificación de campañas enfocadas en aumentar el alcance, las ventas y la fidelización de clientes. Solo así, Ykika's podrá fortalecer su identidad en línea y consolidarse como una marca referente de repostería artesanal en El Salvador.

DESCRIPCIÓN DE LA MARCA

Ykika's nació creando budín de forma esporádica en 2020 para generar ingresos, posteriormente se realizó pasteles y postres, transmitiendo dedicación y amor. Cada servicio es personalizado, amable y confiable, por lo que no se usan productos con preservante y eso es lo que hace diferente la marca.

Está dedicado para toda clase de eventos, tales como cumpleaños, bodas, aniversarios y celebraciones especiales. Desde sus inicios, Ykika's se ha caracterizado por su compromiso con la calidad, la autenticidad y la atención al detalle en los elementos que se reflejan en cada uno de sus productos.

Con presencia en redes sociales como Facebook e Instagram, Ykika's busca posicionarse como una marca moderna y cercana, que combina tradición con creatividad y estilo visual. Su meta es consolidarse dentro del mercado salvadoreño de repostería como una marca reconocida por su calidez, originalidad y sabor inigualable, ofreciendo productos que no solo decoran un evento, sino que también crean momentos especiales e inolvidables para sus clientes.



OBJETIVOS SMART DE LA MARCA

1. Aumentar las ventas en un 5% en zonas cercanas, llegando a zonas como Santo Tomas, San Marcos y San Jacinto creando contenido segmentado en un periodo de 6 meses.
2. Aumentar la visibilidad en redes sociales, incrementando el número de seguidores a 200 en un periodo de 6 meses.
3. Que las piezas gráficas, tengan más reacciones aumentando un 10% por mes.

KPI'S a medir

Key Performance Indicator, son los Indicador Clave del Desempeño o Medidor del Desempeño.

Los KPI's en la estrategia digital, permiten medir de manera cuantitativa el progreso de Ykika's garantizando un control efectivo sobre su crecimiento en redes sociales, su relación con los clientes y su impacto en las ventas.

1. Optimizar la publicidad por RRSS.
2. Aumentar seguidores
3. Mejorar la interacción en redes sociales

FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>1 Personalización del producto: pasteles sin preservantes lo que brinda un sabor más natural.</p> <p>2 Precios accesibles: Amplia variedad de tamaños conforme a la necesidad.</p> <p>3 Origen auténtico: Historia genuina llena de amor.</p> <p>4. Buena reputación en el mercado: La amabilidad genera fidelidad para la marca.</p> <p>5 Pasión y compromiso: La marca refleja amor por la repostería y atención al detalle, lo que refuerza su identidad artesanal.</p>	<p>1 Crecimiento del mercado local: Llegar a zonas cercanas como Santo Tomas, San Marcos y San Jacinto.</p> <p>2 Uso de contenido atractivo en RRSS: Piezas gráficas creativas y atractivas.</p> <p>3 Preferencia de Producto Artesanal: Público que prefiere productos sin químicos.</p> <p>4 Plataformas gratuitas: Uso de Canva, Meta Business Suite.</p> <p>5 Colaboraciones con influencer: Que ayude a posicionar la marca con reseñas.</p>	<p>1 Presencia débil en RRSS: Facebook e Instagram utilizadas esporádicamente.</p> <p>2 Falta de estrategia de Marketing: No utiliza Marketing de contenido.</p> <p>3 Publicaciones sin atractivo: Sin piezas gráficas creativas, sin SEO.</p> <p>4 Inactividad en RRSS: Publicaciones irregulares provoca falta de algoritmo en falta de visibilizar.</p> <p>5 Dependencia de Facebook Instagram: Falta de catálogo digital y Sitio Web</p>	<p>1 Alta competencia: Tanto en el entorno geográfico y en RRSS existen muchas marcas brindando el servicio.</p> <p>2 Variación de Precios en materia prima: Puede impactar la regulación del precio ya establecido.</p> <p>3 Altas expectativas visuales: Por medio de fotos sin ángulos adecuados el cliente puede evitar comprar.</p> <p>4 Riesgo de desaturación del mercado: La decreciente cantidad de emprendimientos similares puede disminuir la diferenciación de la marca.</p> <p>5 Falta de posicionamiento en lugares cercanos: Al no cubrir las Zonas más cercanas el producto es menos vendido.</p>

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

1. PASTERERÍA CHANEH

La marca Chaneh a diferencia de Ykika's tiene un diseño visual más interesante, ya que cuentan con una línea gráfica respuestas automáticas e interacción con el público. Además en sus post cuentan con CTA y hashtag y a través de su contenido han logrado un mayor alcance. La oportunidad de mejora para Ykika's sería crear reels y hacer un llamado a la acción a manera de hacer un contenido más atractivo.

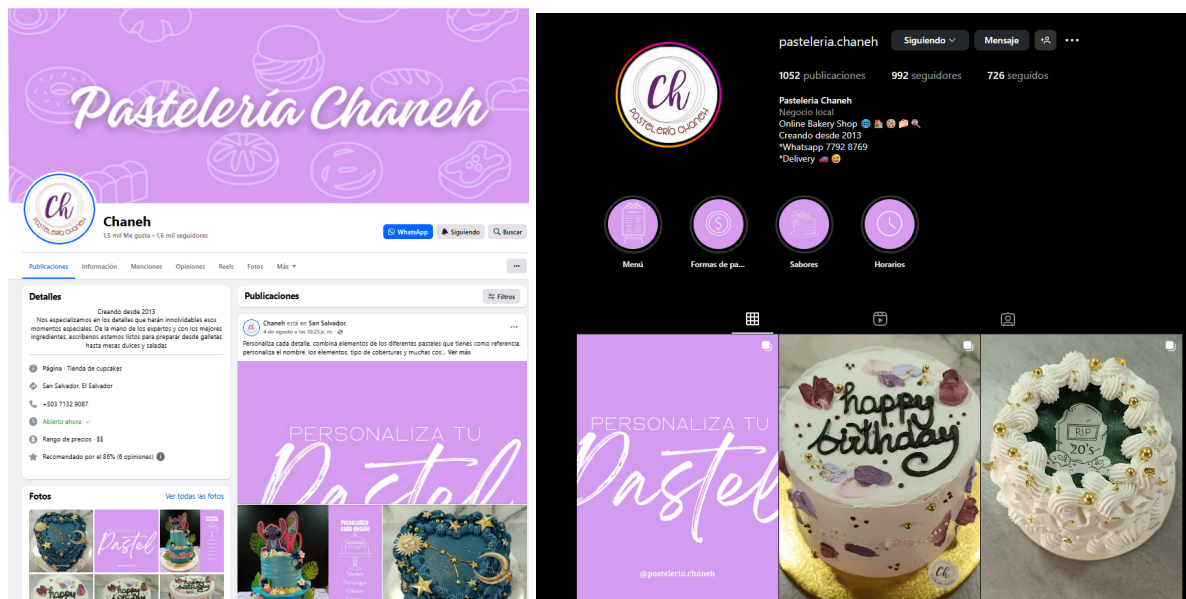
Categoría: Pasteles y postres personalizados.

Variación: Alfajores, galletas, pasteles, chocolatería, panadería, repostería y utensilios para hacer postres.

Entregas: Pedidos en línea, Redes sociales y domicilio.

Seguidores: 1,6 mil FACEBOOK y 992 INSTAGRAM.

Localización: El Salvador, San Salvador.



2. DULZEA - SWEET INFINITY SV

Dulzea hace colaboraciones con otras marcas lo que le da oportunidad de crecimiento y también realiza videos sobre sus productos, además de tener optimizado sus perfiles, cuentan con línea grafica siendo el azul, negro y rosa sus colores de línea gráfica.

La marca Ykika's podría empezar a colaborar con marcas que le hagan pedidos grandes para las celebraciones y optimizar mejor sus perfiles.

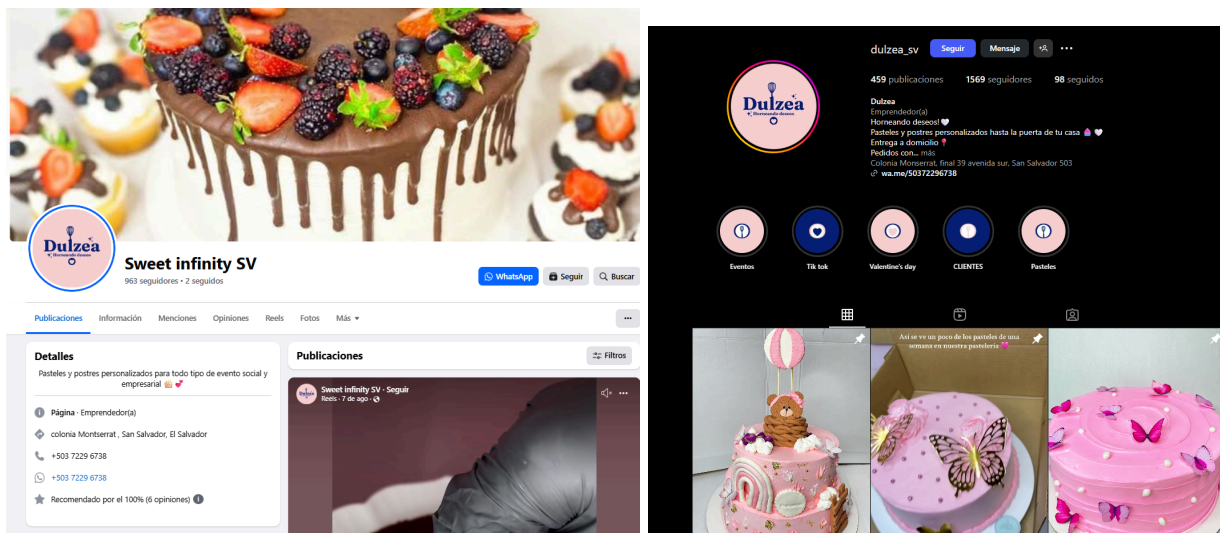
Categoría: Pasteles y postres personalizados.

Variedad: Pasteles, cheesecake, galletas, panadería y repostería.

Entregas: Pedidos en línea, redes sociales y domicilio

Seguidores: 963 FACEBOOK y 1,569 INSTAGRAM

Localización: El Salvador, San Salvador, Colonia Monserrat.



3. ENDÚLZATE BY ELE

Pastelería BY ELE utilizan variedad de reels creativos donde muestra el procedimiento de sus pasteles, carruseles por otra parte en sus copys cuentan con CTA y SEO, tienen optimizados sus perfiles, tienen mensajes automáticos y cuentan con historias destacadas en Instagram.

Por lo que una oportunidad para Ykika's sería poder mostrar a los clientes los procedimientos de sus pasteles, postres e utilizar copys a sus publicaciones.

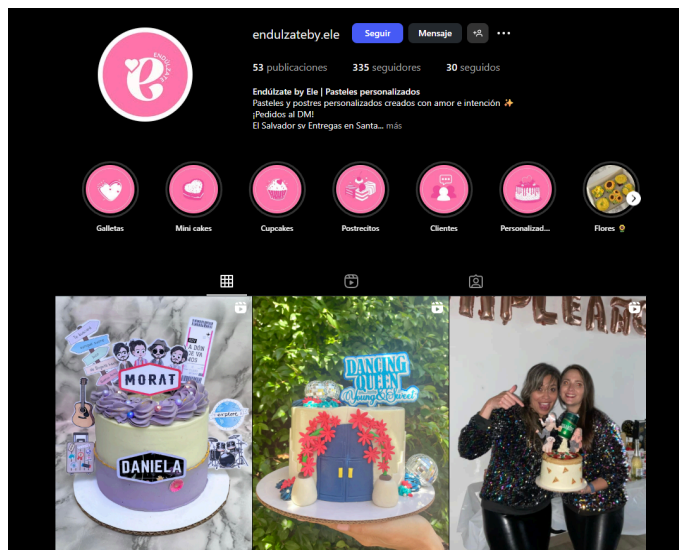
Categoría: Pasteles y postres personalizados

Variedad: Galletas, Mini cake, cupcakes, pasteles, chocolatería, panadería, repostería

Entregas: Pedidos en línea, Redes sociales y domicilio

Seguidores: 335 en Instagram, su cuenta de FACEBOOK presenta problemas.

Localización: El Salvador, San Salvador y Santa Tecla




BUYER PERSONA

El buyer persona o público objetivo de Ykika's representa el perfil ideal del cliente al que la marca dirige sus productos y estrategias de comunicación. En el caso de esta marca salvadoreña de repostería artesanal, el buyer persona está conformado por personas que buscan pasteles y postres personalizados para eventos especiales, valorando la calidad, la presentación y el sabor artesanal por encima de los productos industriales.

Según el análisis del informe, Ykika's orienta su oferta principalmente hacia mujeres y hombres jóvenes y adultos, con edades entre 18 y 55 años, residentes en el área metropolitana de San Salvador y zonas cercanas como Santo Tomás, San Marcos y San Jacinto. Este público incluye amas de casa, jóvenes profesionales, estudiantes universitarios y padres de familia que buscan postres o pasteles para celebrar cumpleaños, bodas, aniversarios, reuniones familiares o eventos corporativos.



Sofia Guevara



COMPORTAMIENTOS Y PREFERENCIAS

- Tiene vocación por su trabajo
- Ama compartir con niños y alumnos
- Es responsable en todo lo que hace

DATOS PERSONALES

- Edad: 45 años
- Ocupación: Maestra
- Localización: San Salvador
- Estado civil: Casada
- Ingresos: \$ 368 mensuales

MOTIVACIONES Y OBJETIVOS

Motivaciones:

- Celebrar el día del niño a sus alumnos y para ello hacerlo con un pastel o postre

Objetivos:

- Consentir a sus hijos con pasteles personalizados en los cumpleaños

PERFIL PERSONAL Y PROFESIONAL

- Experiencia: 17 años laborando como docente
- Habilidades: Buena oratoria.
- Limitaciones: Dificultad para adaptarse al mundo digital

PUNTOS DE DOLOR

- Las malas condiciones de trabajo en que debe desempeñarse.

FRUSTRACIONES

- El pésimo salario que el sector docente tiene actualmente.

Carlos Gonzales



COMPORTAMIENTOS Y PREFERENCIAS

- Investiga sobre nuevas formas de hacer fotografía
- Se ofrece para cubrir eventos que le ayuden a ganar experiencia

DATOS PERSONALES

- Edad: 24 años
- Ocupación: Fotógrafo
- Localización: San Salvador
- Estado civil: Soltero
- Ingresos: \$ 373 a 2088

MOTIVACIONES Y OBJETIVOS

Motivaciones:

- Se acerca el día de la madre y quiere celebrarle a lo grande con un rico pastel para agradecerle todo lo que ella ha hecho por él

Objetivos:

- Tener una pastelería segura y de calidad para cuando necesite pasteles y postres

PERFIL PERSONAL Y PROFESIONAL

- Experiencia: 4 años en el ámbito de la fotografía
- Habilidades: Manejo de tecnología de último modelo
- Limitaciones: Ser joven y con falta de experiencia

PUNTOS DE DOLOR

- Quiere mejorar la estabilidad económica de su familia.

FRUSTRACIONES

- Quiere trabajar todos los días pero su trabajo es por eventos y no se lo permite

REDES SOCIALES DE LA MARCA

Facebook

Ideal para llegar a un público más amplio y adulto para atraer familias, amas de casa o personas interesadas en adquirir productos para eventos.

Se presta más a leer textos largos, ver vídeos en formato vertical. Por ejemplo permite compartir contenido visual, reseñas, eventos, menús, promociones y enlaces.

La interacción suele darse en comentarios y compartidos.

Facilita la creación de una comunidad estable: clientes recurrentes y recomendaciones.

Link de Ykika's: <https://www.facebook.com/share/14Gydu4zTnU/>

Instagram

La interacción, es de un público joven y adultos usualmente entre 18 años en adelante y también lo utilizan adolescentes.

Instagram es más visual, se puede jugar con colores para armar un feed ordenado y creativo para que se vea visualmente atractivo.

Ambos canales digitales permiten programar las publicaciones, automatizar respuestas y crear campañas para fechas claves como Día de la Madre, Día del Padre, San Valentín, entre otros.

Ambos canales digitales permiten crear catálogos de productos e integrar los botones de contacto directo como Whatsapp o Messenger.

Link de Ykika's: https://www.instagram.com/ykikas_sv?igsh=MWlyeTFiMG8xZXk4aQ==

CANALES DIGITALES Y LÍNEAS DE CONTENIDO

Para esta estrategia digital se seleccionaron Facebook e Instagram como los canales digitales para llevar a cabo la marca. Ya que estas RRSS muestran potencial en los medios de comunicación masivos, con tres diferencias importantes: El acceso que personas tienen a través de dispositivos móviles donde quiera que se encuentren, la capacidad de segmentación más precisa y el público pues es diferente para cada red social.

Facebook

- Ideal para llegar a un público más amplio y adulto, para atraer familias, amas de casa, o personas que estén interesadas en adquirir un productor para eventos.
- Se presta más a leer textos largos, ver videos en formato horizontal. Por ejemplo permite compartir contenido visual, reseñas, eventos, menús, promociones y enlaces.
- La interacción suele darse en comentarios y compartidos.
- Facilita la creación de una comunidad estable: clientes recurrentes, recomendaciones, reseñas.

Instagram

- La interacción es de un público más joven usualmente entre 18 a 35 años y también lo utilizan adolescentes.
- Se presta más a leer textos largos, ver videos en formato horizontal. Por ejemplo permite compartir contenido visual, reseñas, eventos, menús, promociones y enlaces.
- Ambos canales digitales permiten programar las publicaciones, automatizar respuestas y crear campañas para fechas claves como Día de la Madre, Día del Padre, San Valentín, entre otros.
- Ambos canales digitales permiten crear catálogos de productos e integrar los botones de contacto directo como WhatsApp o Messenger.

PLAN DE CONTENIDO

Un plan de contenidos es lo que ayuda a definir que tipo de contenido se va a crear y publicar, para eso se debe tener claro algunos pilares de contenido de la marca como: Branding, ventas e interacciones, además los objetivos que se quieren lograr como atraer, informar o que una marca o empresa logre crecer en seguidores o tener más interacciones.

Además se debe tomar en cuenta la estrategia SEO, es decir se busca mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda, esto ayudará a tener mejor organización a la hora de publicar contenido, además de tener constancia y mantenerse vigente en las redes sociales y permite alinear el contenido con los objetivos de la marca.

A continuación se presenta el plan de contenido organizado que se trabajó para la estrategia de marketing digital para la marca Ykika's, en el que se tomó en cuenta 4 pilares de contenido, los cuales fueron: Marketing de contenido, branding, ventas e interacciones, tomando en cuenta los valores y los objetivos que la marca pretende alcanzar.

Plan de Contenido

MARKETING DE CONTENIDO	BRANDING	VENTAS	INTERACCIONES
3 claves para conservar mejor tus postres	Historia de como nació mi marca	Pastel del mes a precio especial	Vs de pasteles
Los 3 mejores pasteles para cada ocasión	Nombres creativos para pasteles y postres	Promoción especial de fin de semana, realiza tu compra y llevate una galleta gratis	Fotos de clientes etiquetando la marca y usando hashtag para historias destacadas
Cómo elegir el pastel perfecto para diferentes edades	Slogan creativo: Ykika's llevando el dulce sabor a tus eventos	Promoción de cheesecake compra dos y llévate el tercero a mitad de precio	Encuesta pastel ideal
Recetas de pasteles y postres	3 razones por las que mi marca funciona así	Estos fueron los pedidos de la semana	Votación ¿Qué pastel te gustaria probar?
las 3 mejores opciones de pasteles para tu graduación	Catálogo de postres	Descuentos exclusivos para seguidores	reacción con emojis ¿Qué te parece este pastel terminado?

MARKETING DE CONTENIDO	BRANDING	VENTAS	INTERACCIONES
Las 5 mejores opciones de pasteles para una fiesta infantil	Cómo se adapta la marca a los eventos	combos para tus eventos	Encuestas ¿Qué sabor prefieres para la próxima semana?
Los 3 mejores decoraciones para un pastel de boda	Las costumbres de la marca	Ventas por canal de difusión de instagram	Caja de respuestas ¿Qué tomas en cuenta para elegir tus pasteles?
Las 3 mejores temáticas de pasteles para tu cumpleaños	Los valores de mi marca	Descuentos especiales en pedidos grandes	Hazme una pregunta sobre cómo realizo mis pasteles

Las mejores opciones de pasteles sanos	Los objetivos de mi marca	No dejes pasar la oportunidad de llevarte esta oferta relámpago en alfajores	#MiPostreFavoritoEs
Estos son los pasteles de temporada	Los sabores favoritos del mes	Participa el siguiente GIVEAWAY y llévate grandes sorpresas	Caja de preguntas ¿cuál es tu postre favorito de Ykika's?

MARKETING DE CONTENIDO	BRANDING	VENTAS	INTERACCIONES
¿Cómo elegir postres para diferentes ocasiones?	Cómo la marca atiende a los clientes	Oferta especial para un fiel seguidor	Caja de preguntas. Si fueras un pastel ¿cuál serías ?
Las temáticas más pedidas para pasteles de mi marca	Esta es la paleta de colores de mi marca	Si estás buscando un pastel ideal para tus eventos y celebraciones mandame un DM	Caja de preguntas Arma tu pastel ideal
Los 3 mejores colores para un pastel de 15 años	Lo que me diferencia de otras marcas	Regalos especial para nuevos seguidores	Encuesta: ¿Cuál de nuestros pasteles te gustaría probar?
Estos son los 3 postres más pedidos de la marca	Elementos visuales de mi marca	Obten descuentos en galletas para celebrar el día del niño	Screenshot de clientes satisfechos
Curiosidades sobre el pastel red	La historia detrás del budín de Ykika's	Por la compra de tres pasteles en el mes, delivery gratis en tu tercera compra	Vs qué decoración para un pastel de bodas te gusta más

ESTRATEGIA SEO

MARKETING DE CONTENIDO	BRANDING	VENTAS	INTERACCIONES
Almacenamiento Humedad Textura	Preservar Postres Frescos	Conservación Reserva Organización	Guardar
Afrutado Elegante Dulzura	Cumpleaños Ricos Chocolate	Cotizar Preparación Diseños	Estilo
Especial Niños Mediano	Fiesta Postre Edad	Adultos Tamaño Sabores	Clásico
Dulce Sabroso Aderezo	Preparación Mezcla Molde	Proceso Cerezas Fácil	Pastel de coco
Hermoso Sofisticado Promoción	Ideas Personalizado Refrescante	Accesible Birrete Clásico	Especial

MARKETING DE CONTENIDO	BRANDING	VENTAS	INTERACCIONES
Niños Diseños Figuras	Juguetes Delicioso Ideales	Caramelos Envió Domicilio	Crema Costo Mini cake
Novia Estilo Descuento	Pedidos Adornos Romántico	Traje Bricolaje Buttercream	Detalles Presentación
Tema Catalogo Animes	Festeja Elaboración Glaseado	Creatividad Personalizado Muñecos	Deportes Videojuegos Pedidos

Nutritivo Caloría Saludable	Cuidar Dieta Carrot Cake	Proteico Azúcar Bienestar	beneficios Receta
Navidad Ideal Combo	Fiestas Encargos Jalea	Dulzura Sabor Precio	San Valentín Deliciosos

MARKETING DE CONTENIDO	BRANDING	VENTAS	INTERACCIONES
Baby showers Invitados Evento	Celebraciones Irresistible Calidad	Presentación Tendencias Opciones	Variedad Mejor
Cumpleaños Personajes Figuras	Películas Modelos Superheroes	Equipos Técnicas Detalles	Formas Decorar
Rosado Accesorios Ideas	Preferidos Personalización Flores	Decorados Estilo Mátices	Comestible Precio
Alfajores Calidad Envíos	Brownies Ingredientes Capaz	Menú Caramelo Tiramisú	Sabor Favoritos
Cultural Preparación Origen	Clásico Receta Rojo	Apariencia Colorante Bodas	Vibrante Glaseado

CALENDARIO DE CONTENIDO

El calendario de contenido es una herramienta fundamental dentro de la estrategia de marketing digital de Ykika's, cuyo objetivo es organizar y planificar de manera estratégica las publicaciones en redes sociales, principalmente en Facebook e Instagram, que son los canales digitales seleccionados por la marca. Este calendario permite establecer qué tipo de contenido se publicará, en qué fechas y con qué frecuencia, asegurando así una comunicación constante, coherente y alineada con los objetivos de la marca.

A través del calendario de contenido, Ykika's puede mantener una presencia digital activa y planificada, evitando la improvisación y garantizando que cada publicación contribuya al posicionamiento y crecimiento de la marca. En él se definen los formatos (fotografías, reels, historias, vídeos, promociones), los mensajes clave, los copys, el uso de hashtags y los llamados a la acción (CTA). Además, facilita la programación de campañas para fechas especiales, aprovechando esos momentos para generar mayor interacción y aumentar las ventas.

En síntesis, el calendario de contenido permite a Ykika's gestionar sus redes sociales con orden y estrategia. El calendario contiene 30 publicaciones, 15 para Facebook y 15 para Instagram, con el fin de mejorar la frecuencia de publicación, mantener la coherencia visual de la marca y medir los resultados de sus acciones digitales, contribuyendo al logro de sus objetivos de visibilidad, interacción y posicionamiento dentro del mercado salvadoreño de repostería.

Calendario Semanal

Calendario Semanal FACEBOOK DEL 01 AL 15 de septiembre 2025							
Calendarización							
#	FECHA	HORARIO (10:00 AM - 3:00 PM)	TIPO DE CONTENIDO	PILAR DE CONTENIDO	LINK	COPY	DESCRIPCIÓN GRÁFICA
1	01/09/2025	10:00 AM	Post	Marketing de contenido	https://drive.google.com/file/d/1eJN9IXHjWY2iff8edNWqWQM9C2H7o-pE/view?usp=sharing	Presentación del cliente 🍩	Pieza gráfica
2	02/09/2025	1:00 PM	Post	Marketing de contenido	https://drive.google.com/file/d/1xbUqI6BZyqOIVch2qsFJ4oh4D5zkaVY58/view?usp=sharing	Siempre me gusto hacer postres para mi familia 🍩❤️ Ykikas surgió como una respuesta a lo que soñaba luego crecimos haciendo pasteles y repostería 🍩🍩 en este video te cuento toda la historia #repostería	Vídeo
3	03/09/2025	2:00 PM	Post	Ventas	https://drive.google.com/file/d/1ZF-ku51czQ3r3Y4121vkM9FANgD-Vk/view?usp=sharing	Pastel del mes... 🍩❤️ a un precio especial. 🍩 Este mes, el antojo tiene nombre propio... 🍩🍩 #pasteles #PrecioEspecial #antojo	Imagen del pastel de mes de septiembre
4	04/09/2025	3:00 PM	Post	Ventas	https://drive.google.com/file/d/1GERQMKpx9but8AGa-VMRUrS9EJbMc5UD/view?usp=sharing	Promoción especial por tiempo limitado. 🍩 Compra dos cheesecake y llévate el tercero a mitad de precio 🍩🍩 #Budín #postre #EISalvador	Fotos de cheesecake
5	05/09/2025	10:00 AM	Post	Ventas	https://drive.google.com/file/d/1VLP4ud9ALBX_kVCuNa4hDToW9xEfWDA/view?usp=sharing	Eres un fiel seguidor 🍩🍩, Ykikas quiere premiar tu fidelidad, muéstranos desde cuando nos sigues y llévate un descuento especial 🍩❤️ #postre #fidelidad #premio #EISalvador	Imagen de descuento
6	06/09/2025	3:00 PM	Post	Branding	https://drive.google.com/file/d/1fRz2bhX9NyzmbfuJBTSSOJQuKO94Vm5/view?usp=sharing	Slogan creativo: Ykika's llevando el dulce sabor a tus eventos	Imagen de logo Ykikas
7	07/09/2025	1:00 PM	Post	Branding	https://drive.google.com/file/d/1sqvFLlLtuStfP6VTThSCY9-inf2XTK6/view?usp=sharing	¿Fin de semana sin postre? 🍩 Este finde, el antojo viene con sorpresas 🍩. Este sábado y domingo llévate un regalo sorpresa en cada pedido 🍩🍩 Haz tu pedido por DM 🍩 Promoción válida hasta el domingo a las 6:00 pm ¿Cuál vas a elegir? 🍩	Imagen de oferta
8	08/09/2025	2:00 PM	Post	Marketing de contenido curiosidades	https://drive.google.com/file/d/132letqcPKdRHQs-0ExhZqlC8kfcabau/view?usp=sharing	¿Sabías que el pastel red velvet no siempre fue rojo? 🍩 El color rojo distintivo del Red Velvet Cake no proviene de colorantes alimentarios añadidos, sino de una reacción química. De hecho, en sus inicios, el pastel Red Velvet probablemente no tenía el vibrante color rojo que lo caracteriza hoy en día. 🍩🍩 ¡Síguenos y conoce nuestra variedad de postres! 🍩🍩 #postres #RicosPostres #sabor	Pieza gráfica
9	09/09/2025	3:00 PM	Post	Marketing de contenido	https://drive.google.com/file/d/1PhTQI_cN5_XF8cWQlsZQc4v-OseuVhqm/view?usp=sharing	Función de cada ingrediente en un pastel 🍩🍩	Pieza gráfica
10	10/09/2025	10:00 PM	Post	Marketing de contenido	https://drive.google.com/file/d/11UaG0zhaae9Nc93k7IBzXw_rC1xalZp/view?usp=sharing	¿Cómo elegir el pastel perfecto? 🍩 <ul style="list-style-type: none"> ★ 1. Para los más pequeños elige un pastel pequeño o mediano ya que no todos comerán pastel 🍩. ★ 2. Para los niños entre 6 a 12 años elige pasteles temáticos puede ser de sus héroes favoritos 🍩🍩🍩. ★ 3. Para los adolescentes elige una decoración minimalista 🍩🍩. ★ 4. Y para los más grandes elige sabores clásicos o gourmet como café o frutos rojos 🍩🍩 #pasteles #postre #sabor #PostreConTemática #personalizado 	Pieza gráfica

11	11/09/2025	1:00 PM	Post	Ventas	https://drive.google.com/file/d/1HJDlqcx_BGEOMX25WUeRAoqZsWQicvoZ/view?usp=sharing	Estos fueron los pedidos de la semana 🍰 🍰 🍰 #pasteles #postre #sabor	Fotos de los pedidos de la semana
12	12/09/2025	2:00 PM	Post	Marketing de contenido	https://drive.google.com/file/d/1RRS5uCM1mH60yANM8nTIXTwDRBoRFII/view?usp=sharing	Te apasiona el mundo de la repostería, acá te comparto una receta sencilla para que la puedas hacer tú también 🍰 🍰 #receta #postre #sabor #personalizado	solo texto con imagen
13	13/09/2025	3:00 PM	Post	Marketing de contenido	https://drive.google.com/file/d/1Gv5BXtv0ZkEXQNAE-Is09qiaZc7-RdcW/view?usp=sharing	Combinaciones exclusivas de nuestra marca 🍰 🍰 #recetas #postres #sabor	Pieza grafica
14	14/09/2025	10:00 AM	Post	Marketing de contenido, contenido de valor	https://drive.google.com/file/d/1MBGF1MwexX_cKkhozGO3w586frjpQ8S/view?usp=sharing	Tip de la semana para hornear en casa 🍰 🍰 #YKIKAS #Dulce #sabor #Postre	Pieza grafica
15	15/09/2025	1:00 PM	Post	Branding	https://drive.google.com/file/d/1_W7JQV97ER5uDKbz_7Dlh8OSMQ2SPiA/view?usp=sharing	Valores que nos inspiran como marca: 🍰 ✨ Espiritu Cálido ✨ Alegre ✨ Amable ✨ Cercano ✨ Familia #YKIKAS #Dulce #sabor #Postre	Pieza grafica

Calendario Semanal INSTAGRAM DEL 01 AL 15 de septiembre 2025

Calendarización

	FECHA	HORARIO (1:00 PM - 6:00 PM)	TIPO DE CONTENIDO	PILAR DE CONTENIDO	LINK	COPY	DESCRIPCIÓN GRÁFICA
1	01/09/2025	1:00 PM	Story	Interacciones	https://drive.google.com/file/d/1uyCpXo4a_gv_8uGsF4zLwdp2tGmvW/view?usp=sharing	Dulce 🍫 vs Dulce 🍫 ¿Qué pastel prefieres pastel de chocolate o pastel de fresa? #Dulce #sabor #postre #YKIKAS	Foto de los dos pasteles
2	02/09/2025	2:00 PM	Post	Branding	https://drive.google.com/file/d/1-y8ImCT0pLENHLrOZ7LZbOeigQbVWVhUb/view?usp=sharing	Catálogo de postres 🍰 #YKIKAS #Dulce #sabor #Postre	Menú
3	03/09/2025	3:00 PM	Carrusel	Marketing de contenido	https://drive.google.com/file/d/138Yyitptkt18vSrZiuU8A1du5ysdFxc3w/view?usp=sharing https://drive.google.com/file/d/1nltYXR0zNkqi0caolsdcO_cqXqdYzAII/view?usp=sharing https://drive.google.com/file/d/14G7bGFd8l_aNjXKkP3mb8rIYEiOI_N92/view?usp=sharing https://drive.google.com/file/d/1vMBIUva9R5iqnVuINeML5got3pNphCZa/view?usp=sharing	3 claves para conservar mejor tus postres 🍰 ¿Tus postres pierden sabor o textura al siguiente día? Acá te presento 3 claves para conservarlos como recién hechos: 🍫 🍰 🔴 1. Usa recipientes herméticos 🔴 2. Los brownies y galletas no se meten al refri ya que podrían endurecerse 🔴 3. Separa frutas, cremas y toopings si no se van a consumir de inmediato. #galletas #pasteles #claves #frutas #postre #YKIKAS	Piezas graficas
4	04/09/2025	4:00 PM	Story	Interraciones	https://drive.google.com/file/d/1ir8bG1KHNI0mnsDLb2Z-R0spv4ZWmIP/view?usp=sharing	Arma tu pastel ideal 🍰 🍫 🍫 🍫 #YKIKAS #Dulce #sabor #Postre	Caja de preguntas. ¿cuál sería tu pastel ideal?

5	05/09/2025	3:00 PM	Carrusel	Branding	https://drive.google.com/file/d/1Ww2nMeVvKFCPRM1IAI7JsI2rJ5YG5Qn/view?usp=sharing https://drive.google.com/file/d/1JEmY9et9inHaCo-oyHRvQe3vt8p3Yc/view?usp=sharing https://drive.google.com/file/d/1RIBs7MMfBP82qzOrQQGFSnAf59mwYbq9/view?usp=sharing https://drive.google.com/file/d/1VcsowN5Uc4bK4MoiXHLns/view?usp=sharing https://drive.google.com/file/d/14hcz55nCjH4K2xXdAwuVaUEk0H2iuVvK/view?usp=sharing	<p>Names creativos para los pasteles.</p> <p>♥ Beso de fresas, choco lovers, pastel pop, vainilla boom 🍌 #postre #chocolate #pasteles #PastelesCreativos</p>	Fotos
6	06/09/2025	6:00 PM	Carrusel	Marketing de contenidos	https://drive.google.com/file/d/1uf3L-vImJwiyR8b3xHfjW08kC4JSSgU/view?usp=sharing	<p>3 razones por las que mi marca funciona con calidad 🍌 🍌 🍌</p> <p>★ 1. Una atención amable con los clientes</p> <p>★ 2. Pasteles y postres hechos con amor</p> <p>★ 3. El Mejor sabor desde casa</p> <p>#sabor #calidad #postre</p>	Fotos
7	07/09/2025	6:00 PM	Story	Interacciones	https://drive.google.com/file/d/1tqe3b44uAuUTnh-vbi2kVHAMqB6Vry9/view?usp=sharing	<p>¿Qué te parece este postre? 🍌</p> <p>#YKIKAS #Dulce #sabor #Postre</p>	Foto de pastel o postre y reacción de emojis
8	08/09/2025	1:00 PM	Story	Interacciones	https://drive.google.com/file/d/1iR274ikyPbTQIW6QGREIPirqw3d37F/view?usp=sharing	<p>Votación ¿qué pastel te gustaría probar? 🍌 🍌 🍌</p>	Caja de vs pasteles

9	09/09/2025	2:00 PM	Story	Interacciones	https://drive.google.com/file/d/1PTTVADzSLQXomEXNy-Zb0zDIP8ar3u1q/view?usp=sharing	Cientes satisfechos con sus pedidos. 🍪❤️ ¿qué esperas para hacer los tuyos? Escríbenos al DM 📩	capturas de WhatsApp agradeciendo el pedido
10	10/09/2025	3:00 PM	Carrusel	Marketing de contenidos	https://drive.google.com/file/d/1CVTavPPGqGUTlroiXd1sAxH5vXYSkVbk/view?usp=sharing https://drive.google.com/file/d/1h8VbocenJM8yXsZZkOei1P-hNy3_4/view?usp=sharing https://drive.google.com/file/d/10K3MvRbUDJ6BRV9zzNkwKOGK48gZ8V2X/view?usp=sharing https://drive.google.com/file/d/1gXtDQXVCJdJP8DW8-fWhvDgK9wbISr/view?usp=sharing https://drive.google.com/file/d/17DLpU1SBpJn08vBHraBqNagzkeLHusuf/view?usp=sharing	¿Quieres saber cuáles son los sabores más vendidos de nuestra marca? Aquí están los más vendidos. ¿Cuál es tu favorito? 🍪👍 Comenta y guarda este post para tu próxima compra 🍪 #YKIKAS #Dulce #sabor #Postre	Fotos de los postres más vendidos
11	11/09/2025	3:00 PM	Story	Interacciones	https://drive.google.com/file/d/1XpODiwzDXUFo31OCsnCpVx0KdCx5C/view?usp=sharing	Así se ve nuestro pastel finalizado 🍪👍👍👍	Foto de un pedido y reacción
12	12/09/2025	6:00 PM	Carrusel	Marketing de contenido	https://drive.google.com/file/d/1vnu2WJe7VDo8RVgLUKmt32K8oqGEQIWR/view?usp=sharing	¿Cómo elegir el tamaño correcto de tu pastel para tus eventos? 🍪👍👍 #sabor #postre #repostería	Piezas graficas
13	13/09/2025	6:00 PM	Carrusel	Marketing de contenido	https://drive.google.com/file/d/1zUMM2ydxTvb7E9zEzuh9mV12VIAeG/view?usp=sharing	Tres combinaciones claves para tu pastel de graduación esta temporada 🍪👍👍 #pastel #YKIKAS #Decoraciones #PastelPersonalizado	Fotos de las combinaciones
14	14/09/2025	1:00 PM	Post	Branding	https://drive.google.com/file/d/1ie8lldPzh4dayGXV8-ogGicnioPXgR/view?usp=sharing	Te muestro el antes y después de un pastel decorado 🍪👍 #sabor #postre #YKIKAS	Fotos del antes y después
15	15/09/2025	2:00 PM	Post	Ventas	https://drive.google.com/file/d/1AJyJvV6Z3p7sJFvJAtanlorm_N8ISQ/view?usp=sharing	Si buscas el pastel ideal para tus celebraciones o necesitas un postre para compartir, puedes contactarme por DM 📩 ... y hacer tus cotizaciones #celebraciones #pastel #fiesta #postre #fiesta	Pieza grafica

URL DEL CALENDARIO:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1hqEr01Vf1tvvRIUjwGd3ISsWBmL1QQ10/edit?usp=sharing&ouid=110016258174332897546&rtfpof=true&sd=true>

ANEXOS

Piezas Gráficas de Facebook



Piezas Gráficas de Instagram

¿QUÉ PASTEL PREFERES?

Fresa

Chocolate

Pastel de Fresa

Pastel de Chocolate

Menú de eventos

CUPCAKES

- Mini cupcake**
Tamaño pequeño y delicado, con decoración.
- Simple**
Masa esponjosa con sabor a vainilla.
- Decorados**
Decorados con fondant o merengue.
- Rellenos**
Merengue, dulce de leche, crema.

TARTAS DE BODA

- Clásica**
Merengue, dulce de leche, crema.
- Floral**
Decorada con flores de azúcar.
- Vintage**
Estilo rústico con detalles de decoración.
- Minimalista**
Españoles con líneas simples y elegantes.

Los precios cambian según el diseño y tamaño

3

Claves para conservar mejor tus postres

Separa cremas toppings y frutas

Mantiene organización, conservación y evita errores del horneado

Mantén los brownies fuera del refri

Así se mantendrán frescos y no se endurecerán

amor es compartir el postre.

Utiliza recipientes herméticos

Evita el aire y la humedad entre para que tus postres no se resequen

Referencias

- *CÁRDENAS, S. (21 de OCTUBRE de 2010). MOTT. Obtenido de <https://mott.pe/noticias/los-20-postres-mas-famosos-del-mundo-que-ienes-que-comer-antes-de-morir/>*
- *CHARLOTTE. (17 de FEBRERO de 2024). BAKER SECRET. Obtenido de <https://www.bakerssecret.com/es/blogs/recipes/amazing-cakes-for-any-occasion?srsltid=AfmBOoqFYKnpiDrSvgKMdQztGsFWR29yjIof9EBwZAY0rjtr0T89o98a>*
- *GOURMET, E. (18 de ENERO de 2025). EL GOURMET. Obtenido de <https://elgourmet.com/noticias/tres-leches-un-postre-latinoamericano>*
- *HERAS, J. D. (21 de JUNIO de 2023). DAP. Obtenido de <https://www.directoalpaladar.com/recetario/22-recetas-tartas-bizcochos-pasteles-para-aprovechar-fruta-que-ienes-casa>*
- *JACK. (23 de SEPTIEMBRE de 2024). JACKANDBEYOND. Obtenido de <https://jackandbeyond.com/blogs/cake-resources/the-best-10-cakes-a-sweet-guide-to-deliciousness>*
- *LÓPEZ, A. (27 de JUNIO de 2025). ABC. Obtenido de <https://www.abc.es/recetasderechupete/tiramisu-facil-receta-tradicional-italiana/2262/>*