

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR



ESTRATEGIA DE MARCA: PANADERÍA CECY MEJIA

PRESENTADO POR:

Claudia Cecilia Mejía de Chinchilla ML07050

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN, PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADA EN PERIODISMO.**

DOCENTE ASESOR:

Licenciada Silvia María Estrada

Ciudad Universitaria, Dr. Fabio Castillo Figueroa, San Salvador, El Salvador, Centroamérica

FEBRERO DEL 2026

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

M.Sc. Juan Rosa Quintanilla

VICERRECTORA ACADÉMICA

Dra. Evelyn Beatriz Farfán

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

M.Sc. Roger Arias

SECRETARIO GENERAL

Lic. Pedro Rosalío Escobar Castaneda

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

Mtro. Julio César Grande

VICEDECANO

Mtra. Maria Cruz Jurado

AUTORIDADES DE LA LICENCIATURA EN PERIODISMO

DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

Lic. Edis Edgardo Monge Luna

COORDINADOR GENERAL DEL PROCESO DEGRADUACIÓN

Msc. Yupiltsinca Rosales Castro

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Licenciada Silvia María Estrada

ÍNDICE

RESUMEN	IV
INTRODUCCIÓN.....	V
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA Y KPI's	6,7 y 8
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA.....	8
FODA.....	9
REDES SOCIALES DE LA MARCA	10
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	10
BUYER PERSONA	12
LÍNEAS DE CONTENIDO	15
CALENDARIO DE CONTENIDO	16
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	20

RESUMEN

En el presente trabajo se expone el proceso de aprendizaje y aplicación práctica desarrollado durante el Curso de Especialización en Medios Digitales y Redes Sociales, el cual fue impartido a lo largo de seis meses. Durante este período, se presentó una estrategia digital a partir de la creación de una propia marca denominada “Panadería Cecy Mejía” un emprendimiento familiar ya existente desde 1994.

El propósito de este proyecto es definir objetivos estratégicos, identificar y segmentar al público meta, diseñando una identidad visual y corporativa, implementando herramientas de medición de resultados y evaluar competencias digitales, con el fin de posicionar la marca y atraer a más consumidores.

Para ello, se realizó un diagnóstico de las estrategias previamente aplicadas, un análisis comparativo de la competencia y una evaluación de los canales digitales más efectivos para la captación y fidelización de clientes. Posteriormente, se plantearon acciones concretas para mejorar el posicionamiento digital, incrementar la visibilidad de la marca y expandir su alcance hacia nuevos mercados.

INTRODUCCIÓN

En la última década, el mundo ha atravesado transformaciones profundas en distintos ámbitos, siendo la tecnología uno de los factores más determinantes. Su evolución constante ha permitido que las nuevas tecnologías de información sean más atractivas para la humanidad y facilitar el consumo de ciertos productos atractivos para captar clientes potenciales y expandir su mercado a través de los Social Media.

En este contexto se crea una estrategia de marca de la Panadería Cecy Mejia, negocio dedicado a la elaboración de productos derivados de la harina de trigo “pan francés” y poder ofertar un producto comestible de alta calidad.

Como parte de la estrategia de comunicaciones se realizó un análisis de gestión que incluye la identificación del FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas”, con el objetivo de optimizar sus procesos, elevar su nivel competitivo y fortalecer su capacidad de atracción de nuevos clientes.

Asimismo, se creó el logo, una estrategia visual que le dará representatividad y presencia a la panadería, también se establecieron canales de difusión para la promoción del mismo y un cronograma de divulgación en las diferentes plataformas digitales.

La estrategia de marca presentada consta de un diagnóstico situacional, un análisis estratégico y la propuesta de acciones específicas, concluyendo con la elaboración de un calendario de contenidos para redes sociales (Facebook e Instagram). En el calendario se establece la planificación y organización del material digital difundido por la panadería Cecy Mejia en el periodo comprendido entre el 1 y el 15 de octubre de 2021.

Este informe constituye el producto final del Curso de Especialización en Redes Sociales y Medios Digitales, en el que se aplicaron conocimientos teóricos y prácticos adquiridos durante su planteamiento y ejecución.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

Panadería Cecy Mejía es una empresa dedicada a la venta de Pan Francés y Pan Dulce, ubicada en Santa Tecla; esta empresa surgió en medio de un mercado altamente demandado por la competitividad en los precios de los productos.

Este negocio surge a través del desempleo que se generó a raíz de la Pandemia del Covid-19 y cuenta con diez profesionales en la elaboración del pan, quienes realizan con sus propias manos los diferentes diseños del producto.

En la actualidad muchos negocios pueden trascender de manera digital por medio de diferentes plataformas como son las redes sociales, que sirven para expandir y dar a conocer la marca con sus productos o servicios, con el fin de generar más clientes e incrementar las ventas y ganancias.

Esto implica que para atraer a más clientes debemos crear y organizar un calendario de contenido que permita mostrar contenido atractivo visualmente, productos con precios accesibles y mantener a la expectativa a nuestros clientes, con el fin de mantenerlos informados.

Logos de la marca:



OBJETIVOS DE LA MARCA

Objetivos Generales:

- Atraer y posicionar la marca de PANADERIA CECY MEJIA para aumentar las interacciones entre el público.
- Aumentar el número de seguidores en INSTAGRAM.

Objetivos específicos

- Mejorar el posicionamiento de la PANADERIA CECY MEJIA en INSTAGRAM
- Dar a conocer la marca como una nueva opción de compra de Pan Dulce y Pan Francés
- Aumentar las interacciones de los usuarios para atraer clientes.
- Implementar nueva modalidad de crear reels, piezas gráficas y videos.
- Desarrollar nuevos contenidos de marketing de acorde a las necesidades del público

KPI's

Los KPI son siglas en inglés para Key Performance Indicator, que se traduce como Indicador Clave de Desempeño. Son métricas cuantificables que se utilizan para medir el progreso de un proyecto, estrategia o empresa hacia sus objetivos claves.

Dentro de la estrategia de marketing digital de PANADERIA CECY MEJIA se utilizarán las KPI'S, con el objetivo de obtener resultados positivos en las métricas, a través de la red social de INSTAGRAM, a partir de octubre de 2021 a octubre de 2022.

Se buscó medir en los usuarios que visitan nuestro sitio web lo siguiente:

- Número de seguidores
- Número de likes
- Número de publicaciones compartidas
- Número de comentarios

DESCRIPCIÓN DE LA MARCA

En términos generales, la marca (en el contexto del marketing), además de ser un signo de propiedad de empresas y organizaciones, permite lo siguiente al público objetivo y a los clientes: 1) identificar con mayor rapidez los bienes o servicios que necesitan o desean, 2) tomar decisiones de compra más fácilmente y 3) sentir la seguridad de que obtendrán una determinada calidad cuando vuelvan a comprar el producto o servicio.

En este sentido, la panadería Cecy Mejía, ofrece a la población en general productos de pan francés y pan dulce a través de la red social en Instagram con precios accesibles y con servicio a domicilio.

PRODUCTOS QUE OFRECE

PAN DULCE: Semita dulce de leche, Semita de Piña, Salpor de Arroz y Almidón, Cachitos, Pastelito de Piña, Picudas, Viejitas y Peperecha.

PAN FRANCÉS: Pan Francés Integral, Pan Corriente, Pan Francés Baguette y Pan Francés

FODA

“Lo bueno en el presente es Satisfactorio, lo bueno en el futuro es Oportunidad; lo malo en el presente es Falla, y lo malo en el futuro es Amenaza. De ahí el término SUAVE. Posteriormente, se cambió a FODA.” Albert S. Humphrey.

El análisis FODA es un método de planificación estratégica estructurado que evalúa sistemáticamente el entorno interno y externo de una organización. Proporciona el marco para identificar y analizar los factores que influyen en el éxito o el fracaso de una organización. En este sentido explicaremos el FODA de Panadería Cecy Mejía.

FORTALEZA: Ser una Panadería reconocida a nivel nacional e internacional por su amplia variedad en panes.

OPORTUNIDAD: Ganar clientes a través de las redes sociales para poder obtener mayor cobertura a nivel local.

DIFICULTAD: Posicionar la panadería a nivel local ante la alta competencia.

AMENAZA: Cerrar el negocio por la alta demanda que existe en la localidad.

REDES SOCIALES DE LA MARCA

Instagram (IG) es una red social para compartir contenido visual como fotos y videos, con funciones para editar y personalizar el contenido, crear historias que desaparecen a las 24 horas y enviar mensajes directos.

Por eso la Panadería Cecy Mejia, utiliza IG para conectar a personas que buscan los mismos intereses sociales permitiendo así mostrar sus productos y crear una comunidad con sus clientes.

INSTAGRAM: Panaderiacecymejia

URL: https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNxG/?utm_medium=copy_link

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

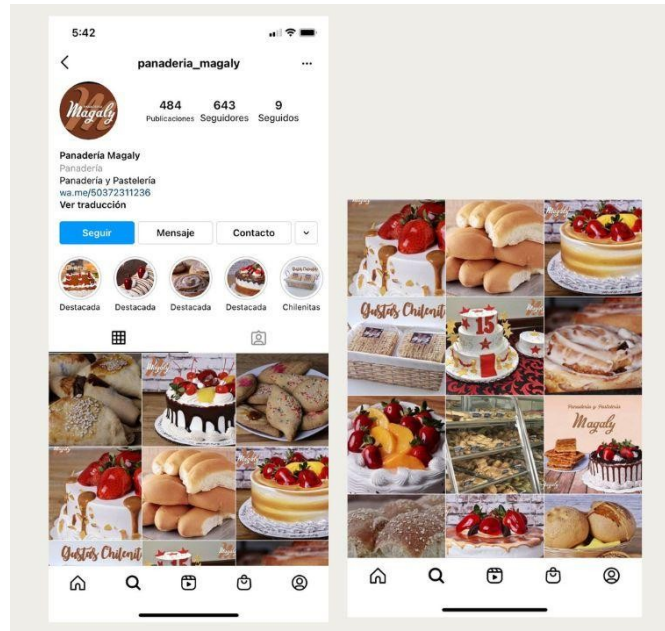
Este análisis permite conocer a la competencia para mejorar la estrategia de nuestra marca. Para esta muestra, seleccionamos a dos panaderías de prestigio que tiene un amplio mercado a nivel local y nacional con la finalidad de conocer la competencia y ofrecer mejores precios en los productos.

PANADERIA MAGALY

La panadería Magaly cuenta con redes sociales en Instagram y usa contenido audiovisual de los diferentes productos que ofrece para incitar en los usuarios el deseo de comprar y enganchar a sus consumidores de manera estratégica.

En la redacción de sus publicaciones siempre hacen un llamado a los usuarios de Instagram para que se acerquen a su panadería y no poseen el servicio a domicilio lo que en la actualidad es una desventaja para un negocio en internet.

También se encuentran ubicados en un lugar muy accesible para los habitantes de Santa Tecla.

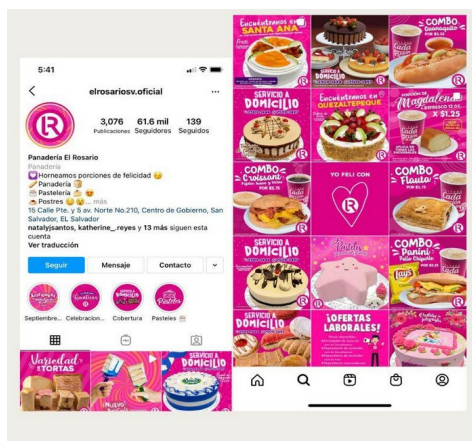


A continuación, se muestra fotografía de las publicaciones de la panadería Magaly en Instagram

PANADERIA EL ROSARIO

En redes sociales la panadería el rosario utiliza su contenido muy atractivo visualmente donde destacan sus colores llamativos e imágenes con sus productos.

Posee un amplio mercado a nivel nacional y aprovecha cada ocasión festiva para llamar la atención de los usuarios.



Manejan precios accesibles en sus productos, poseen servicio a domicilio permitiendo tener acceso de diferentes formas. A continuación, se muestra fotografía de las publicaciones de la panadería el rosario en Instagram

BUYER PERSONA

El buyer persona es una herramienta muy eficaz que permite a la Panadería Cecy Mejía a pensar en su cliente ideal como una persona real, con familia, jefes, problemas.

El proceso de decisión de compra no es el mismo en todos los productos. Dependiendo del tipo de producto o servicio que se comercialice, el usuario pasará por un proceso de compra más o menos largo y realizará un análisis más detallado de la oferta que tiene a su disposición.

Para nuestra marca elegimos 3 tipos de buyers persona, a quienes nos referimos de la siguiente manera:

Perfil 1: Pamela Ortega

Datos demográficos

Mujer de 35 años, Casada, Vive en Santa Tecla, Madre de 3 hijos, posee su propia empresa.

Intereses:

Utilizar las RRSS para conocer precios y productos

Consume contenido de restaurantes, panaderías y supermercados

Sector Profesional

Licda. En Administración de empresas y Administradora de su propia empresa

Hábitos

Los fines de semana sale a tomar café con sus amigas

Utiliza las redes sociales para realizar sus compras

Le gusta el servicio a domicilio.

Objetivos

Compartir con sus familiares todos los fines de semana y estudiar marketing digital

Retos

Cambiar su automóvil

Pagar sus deudas en el banco

Ampliar su empresa con diferentes sucursales

Frustraciones

Que el negocio no genere suficientes ganancias para pagar sus deudas

Perfil 2: Daniel Moz

Datos demográficos

Hombre de 50 años, divorciado, vive en Ilopango es padre de 2 hijos

Intereses:

Le gusta comer pan dulce por la mañana y por la tarde. Su hobby es el ajedrez

Sector Profesional

Médico Ginecólogo y Obstetra

Experto en Ultrasonido

Hábitos

Comprar pan dulce por docena.

Le gusta visitar las panaderías y pastelerías para leer un libro y tomar una taza de café

Objetivos

Ampliar sus conocimientos médicos

Desarrollar el manejo de medios televisivos para abordar temas de salud

Retos

Visitar tres veces a la semana los medios de comunicación masiva: radio y televisión para abordar temas de salud en la mujer

Frustraciones

Que su esposa desarrolle una enfermedad y él no pueda curarla

Que su hija mayor no estudie medicina

Perfil 3: Otoniel Lara

Datos demográficos

Hombre de 30 años, soltero, vive en Mejicanos

Intereses:

Comer Pizza y Hamburguesas, tomar café con pan dulce todos los viernes y leer las noticias

Sector Profesional

Bachiller en Salud

Estudiante de la Lic. En Enfermería

Hábitos

Reunirse con sus amigos para preparar Panes Baguette con jamón

Salir al Cine

Objetivos

Crear su propia panadería

Comprar dos vehículos

Retos

Adelgazar 25 libras

Graduarse de enfermero en el tiempo estipulado

Frustraciones

Embarazar a su novia

No cumplir sus metas

Perder dinero en apuestas

CANALES DIGITALES Y LINEAS DE CONTENIDO

Dentro de la estrategia de marketing digital a implementar en PANADERIA CECY MEJIA, utilizaremos el canal digital de Instagram, porque nos permite crear anuncios visuales para llegar a más audiencias ya que los clientes reaccionan más con la marca.

Esta red social permite conocer las métricas de las historias que se realizan de nuestros productos y así poder determinar cómo empresa que es lo que los clientes consumen con mayor frecuencia.

Implementaremos el uso de reels de Instagram, como una herramienta muy popular para ofrecer el producto de una manera dinámica. Con los reels podemos posicionar nuestros productos con efectos sonoros, filtros y efectos visuales para atraer el interés de los usuarios. También, publicará imagen, videos, preguntas e interacciones de los productos de la panadería.

LÍNEAS DE CONTENIDO

Contenido sobre el servicio: Los productos que se realizan en la panadería, generan mayor atención de los consumidores porque permite conocer de cerca la elaboración, los beneficios y la utilización.

En el contenido de servicio se implementará, promociones, precio y productos.

Contenido de la marca: Se implementará para generar el vínculo de la Panadería Cecy Mejía, con los consumidores y que sean ellos quienes de manera consciente o inconsciente elijan los productos. Dentro del branding destacaremos la marca, los productos y el horario de atención.

Piezas Gráficas: Por medio de la tipografía y el color, atraeremos a los consumidores, ya que son dos elementos claves en la creación de la identidad visual para posicionar la Panadería Cecy Mejía.

CALENDARIO DE CONTENIDO

El calendario de contenido es una herramienta de planificación que organiza cronológicamente las publicaciones que se van a compartir en Instagram sobre la Panadería Cecy Mejía, especificando qué contenido y cuándo se publicará.

Los calendarios pueden ser semanal, mensual o anual en este sentido la panadería ejecutó uno de manera semanal, durante los primeros 15 días del mes de octubre de 2021.





Este instrumento permitirá obtener resultados tangibles de la promoción del contenido y obtener mediciones de alcance de nuestro público, para ello, las reacciones, interacciones y consumo de contenido serán una pieza clave en los resultados positivos que deseamos obtener con nuestra marca personal.

Calendario Semanal de Instagram						
Calendarización 1era. Semana de Octubre de 2021						
Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Pilar de Contenido	LINK	Copy	Descripción GRAFICA
Lunes	7:00 a.m	Streaming	Branding	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNxG/?utm_medium=copy_link	El pan artesano es el mejor en tu vida.	 Imagen de referencia
	1:00 p.m	Streaming	Branding	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNxG/?utm_medium=copy_link	Hoy te enseñaremos a realizar un pan baguette, rico, delicioso y único	 Imagen de referencia
Martes	7:00 a.m	Diseño	Branding	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNxG/?utm_medium=copy_link	En El Salvador, el pan francés se ha convertido en un alimento básico, especialmente disfrutado en el desayuno.	 Imagen de referencia
	3:00 p.m	Diseño	Branding	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNxG/?utm_medium=copy_link	Eres el Pan Dulce que alimenta mi vida	 Imagen de referencia
Miércoles	10:00 a.m	Reels	Venta	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNxG/?utm_medium=copy_link	Puedes usar el pan francés para la elaboración de tus Panes con Pollo.	 Imagen de referencia
	10:00 a.m	Story	Interacciones	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNxG/?utm_medium=copy_link	Porque te gusta el pan dulce?	 Imagen de referencia
Jueves	3:00 p.m	Video	Branding	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNxG/?utm_medium=copy_link	A continuación te enseñamos como elaboramos nuestro pan dulce	 Imagen de referencia
	6:00 p.m	Streaming	Branding	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNxG/?utm_medium=copy_link	Aprende con nosotros a realizar tu propio pan dulce	 Imagen de referencia

Viernes	3:00 p.m.	Streaming	Branding	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNzG/?utm_medium=copy_link	Un café con buenos amigos es la mejor terapia		Imagen de referencia
	5:00 p.m.	Reels	Branding	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNzG/?utm_medium=copy_link	Hoy te enseñaremos como se hornea el pan dulce		Imagen de referencia
Sábado	7:00 p.m.	Diseño	Branding	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNzG/?utm_medium=copy_link	Ahora puedes ahorrar al comprar tu pan dulce con tu tarjeta de credito, te haremos el descuento del 10%		Imagen de referencia
	1:00 p.m.	Story	Interacciones	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNzG/?utm_medium=copy_link	Que opinas de la panaderia Cecy Mejía? Es rico su pan, SI ó NO		Imagen de referencia
Domingo	1:00 p.m.	Reels	Branding	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNzG/?utm_medium=copy_link	Demostrarle a nuestros clientes que hay dentro de una panaderia nos hace ser únicos		Imagen de referencia
	6:00 p.m.	Streaming	Branding	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNzG/?utm_medium=copy_link	Hoy conocerás que piensan nuestros clientes sobre los productos que vendemos.		Imagen de referencia

Calendario Semanal de Instagram

Calendarización 2da. Semana de Octubre de 2021

Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Pilar de Contenido	LINK	Copy	Descripción GRAFICA	
Lunes	3:00 p.m.	Reels	Branding	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNzG/?utm_medium=copy_link	¿Sabias que la harina de pan contiene trigo de gran calidad y posee una baja cantidad de proteínas?		Imagen de referencia
	7:00 p.m.	Diseño	Branding	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNzG/?utm_medium=copy_link	Tomar una taza de café va más allá de degustar sus sabores y aromas. Esta bebida trae consigo una historia que inicia Panaderia Cecy Mejía		Imagen de referencia
Martes	7:00 a.m.	Diseño	Branding	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNzG/?utm_medium=copy_link	Panaderia Cecy Mejía te vende el mejor Croissant Artesano de Mantequilla		Imagen de referencia
	3:00 p.m.	Story	Interacciones	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNzG/?utm_medium=copy_link	Quieres probar el clásico y delicioso cuernito con jamón y queso derretido?		Imagen de referencia

Miércoles	10:00 a.m.	Reels	Branding	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNxG/?utm_medium=copy_link	Aprovecha 10 cachitos simples a tan solo \$2.00		Imagen de referencia
	10:00 a.m.	Story	Interacciones	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNxG/?utm_medium=copy_link	Qué te gusta más el Pan Dulce o el Pan Francés		Imagen de referencia
Jueves	3:00 p.m.	Streaming	Branding	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNxG/?utm_medium=copy_link	Hoy aprenderás a realizar el pan integral		Imagen de referencia
	6:00 p.m.	Reels	Venta	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNxG/?utm_medium=copy_link	Disfrutar un trozo de semita bien relleno de jalea de piña, crujiente y calentito es una deliciosa experiencia.		Imagen de referencia
Viernes	3:00 p.m.	Streaming	Branding	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNxG/?utm_medium=copy_link	La receta completa para hacer los ricos Salpores de Arroz que tanto extraña la aprenderas a hacer hoy con nosotros		Imagen de referencia
	5:00 p.m.	Reels	Branding	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNxG/?utm_medium=copy_link	Las peperechas son parte de una exquisita variedad del pan dulce Salvadoreño, que no puede faltar con el tradicional cafecito de la tarde		Imagen de referencia
Sábado	7:00 p.m.	Diseño	Branding	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNxG/?utm_medium=copy_link	La semita de leche es muy original de El Salvador y es un pan delicioso relleno de leche poleada		Imagen de referencia
	1:00 p.m.	Story	Interacciones	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNxG/?utm_medium=copy_link	Pregunta lo conoces como pan indio ó pan corriente?		Imagen de referencia
Domingo	1:00 p.m.	Reels	Venta	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNxG/?utm_medium=copy_link	Pan esponjoso y ligeramente dulce, decorado con azúcar y con un leve color amarillo. ¡Lo mejor de El Salvador!		Imagen de referencia
	6:00 p.m.	Streaming	Branding	https://www.instagram.com/p/CTr6hGkFNxG/?utm_medium=copy_link	Hoy conoceras a la fundadora de la Panaderia Cecy Mejía.		Imagen de referencia

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albert S. Humphrey (1960), El marco de análisis FODA y planificación estratégica

<https://www.ninety.io/founders-framework/articles/swot-analysis>

Marketing, Sexta Edición, de Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, International Thomson Editores S.A., 2002, Pág. 301.

Mercadotecnia, Primera Edición, de Sandhusen L. Richard, Compañía Editorial Continental, 2002, Pág. 423.

Mercadotecnia, Tercera Edición, de Fischer Laura y Espejo Jorge, Mc Graw Hill Interamericana, 2004, Pág. 192.

Dirección de Marketing Conceptos Esenciales, Primera Edición, de Kotler Philip, Prentice Hall, 2002, Pág. 188.

Fundamentos de Marketing, 13va. Edición, de Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Mc Graw-Hill Interamericana, 2004, Pág. 3