

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



**TEMA:**

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA MARCA “NUBULA”**

**PRESENTADO POR:**

<b>CHRISTIAN ALEXANDER RODRÍGUEZ MELARA</b>	<b>RM20117</b>
<b>LUDIM ELISA AGUILAR SILVA</b>	<b>AS18045</b>
<b>KELLY SOFÍA MEJÍA BARRERA</b>	<b>MB18001</b>
<b>KELLY MILAGRO HERNÁNDEZ VILLALOBOS</b>	<b>HV20024</b>
<b>NELLY ELIZABETH VÁSQUEZ SAMAYOA</b>	<b>VS20008</b>

**LICDA. SILVIA MARÍA ESTRADA**  
**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN**

**MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**  
**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA,**  
**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, SEPTIEMBRE DE 2025**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

MSc. JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA

**RECTOR**

DRA. EVELYN BEATRIZ FARFAN MATA

**VICERRECTORA ACADÉMICA**

MSc. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

LIC. PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA

**SECRETARIO GENERAL**

LIC. CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA

**FISCAL GENERAL**

LICDA. ANA RUTH AVELAR

**DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD**

**DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

MSC. JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA

**DECANO**

MSC. MARIA BLAS CRUZ JURADO

**VICEDECANA**

MTRA. NATIVIDAD TESHÉ PADILLA

**SECRETARIA**

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

LIC. EDIS EDGARDO MONGE

**JEFE DE DEPARTAMENTO**

MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO  
**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

LICDA. SILVIA MARÍA ESTRADA  
**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN**

## INDICE

### Contenido

RESUMEN.....	V
INTRODUCCIÓN .....	VI
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN .....	7
FODA .....	9
IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	10
OBJETIVOS SMART:.....	15
IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO (BUYER PERSONA) .....	16
SELECCIÓN DE CANALES DIGITALES .....	22
PLAN DE CONTENIDO .....	25
MEDICIÓN Y ANÁLISIS.....	26
CALENDARIO DE CONTENIDO .....	28
REFERENCIAS .....	42

## RESUMEN

La estrategia de marketing digital para la marca Nubula busca aclarar su identidad en redes sociales, ya que actualmente existe confusión entre los clientes sobre si la marca es una tienda de ropa en línea o un servicio de importación personalizado. A pesar de su presencia en Instagram y Facebook desde 2023, la actividad digital ha sido irregular y el contenido carece de conexión emocional, diferenciadores claros y variedad de formatos, lo que limita la interacción y el posicionamiento efectivo.

El plan propone fortalecer la visibilidad y el engagement en Instagram y Facebook mediante la implementación de un calendario de contenidos organizado en pilares: marketing de contenidos, branding, ventas e interacciones. Se busca aumentar la visibilidad orgánica, aumentar las conversaciones directas con los clientes y lograr ventas mediante llamados a la acción, promociones y publicaciones estratégicas. Además, se recomienda mejorar la estética y la autenticidad del contenido para diferenciarse de la competencia.

La estrategia se enfoca en el público joven femenino y define personas compradoras representativas, como emprendedoras, madres y estudiantes, para segmentar mejor el mensaje y las campañas. Se recomienda el uso de Facebook e Instagram para su alcance y herramientas de segmentación, y se plantea la implementación de SEO y palabras clave para optimizar el posicionamiento digital y lograr un crecimiento sostenido en ventas y seguidores.

## INTRODUCCIÓN

Nubula inicia su presencia en redes sociales el 18 de julio del 2023 en Instagram y Facebook, presentándose como una tienda de ropa en línea. Sin embargo, a pesar de este posicionamiento inicial, tanto la operación de la marca y la percepción del público han sido ambiguas, ya que muchos de los clientes habituales asocian a Nebula principalmente como un servicio de importación personalizada en vez de un catálogo digital de prendas disponibles.

Esta falta de claridad se ve reflejada en la comunicación digital, en la descripción del perfil de Instagram, define a la marca simultáneamente como una tienda en línea y como intermediario que trae productos de Estados Unidos. Esta dualidad dificulta la imagen sólida, coherente y reconocible.

Por tanto, es indispensable establecer un posicionamiento claro en los canales digitales. La comunicación y la forma que ha operado anteriormente no comunica el modelo de negocio actual que el cliente desea implementar. Para diferenciar y marcar la identidad, Nebula requiere una estrategia coherente y alineada que refleje precisamente su propuesta de valor como tienda de ropa en línea dirigida al público joven femenino, con una presencia digital consistente y sólida.

## ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

### **Presencia digital:**

Nubula no tiene una frecuencia establecida. Es irregular, ya que tiene días con alta cantidad de publicaciones (por ejemplo, 15 publicaciones el 15 de mayo 2025), pero también presenta largos periodos con poca o nula actividad (solo 1 o 2 publicaciones en meses enteros o incluso meses sin publicar nada).

### **Publicaciones de la cuenta:**

152 publicaciones en Instagram e igualmente en Facebook (mismas publicaciones en ambas redes).

### **¿Cuántos seguidores tiene?**

Instagram cuenta con 3679 seguidores; mientras que Facebook actualmente posee 28 seguidores. Cabe aclarar que este último debido a dificultades para acceder a la cuenta original, el cliente ha tenido que comenzar desde cero en Facebook.

### **Calidad de técnica de las publicaciones:**

Si bien el emprendimiento cuenta fotografías de buena calidad técnica, el contenido que publica en redes sociales carece de elementos fundamentales para resultar atractivo, memorable y efectivo desde una perspectiva de estrategia digital.

### **Redacción de las publicaciones:**

- Se perciben ligeros errores de ortografía en las publicaciones previas a la posibilidad del uso de inteligencia artificial en los textos.
- Los textos son pocos descriptivos
- Siempre hay utilización de emojis.
- Falta conexión emocional con el cliente y el producto (beneficio principal)
- No hay un diferenciador claro, es decir, muchos textos suenan parecidos entre sí.
- El uso de muchos hashtags es común, no son distribuidos en la redacción de forma estratégica.

### **Productos ofrece:**

Ropa femenina: conjuntos deportivos (licras, top), tops, camisas para mujeres distintos estilos, trajes de baño, faldas de distintos estilos (casual, formal), vestidos de distintos estilos, camisón y pantalones tiro alto, acampanados

Ropa masculina: camisetas para hombres distintos estilos

Accesorios: protectores de teléfono, gorras y carteras de bolsillo

La mayoría de los productos están dirigidos al público femenino joven (entre 20 a 30 años).

La manera en la que están agrupados no presenta una estrategia clara o segmentada.

### **Tallas:**

Small, Medium, Large

### **Análisis de métricas en Instagram**

Facebook son las mismas publicaciones, pero ha creado una nueva cuenta desde cero y no ha publicado nada por el momento.

Alcance y visualizaciones:

Visualizaciones por publicación es de 338 y 980, con un promedio de 470.

Alcance por publicación es de 138 y 483 con un promedio de 220 a 240.

Interacciones:

Likes: 1 a 6 por publicación

Comentarios: no hay compartidos de las publicaciones tomadas para el análisis.

Guardados: solo un guardado de todas las publicaciones analizadas.

Compartidos: no hay compartidos de las publicaciones tomadas para el análisis.

Perfil demográfico del alcance:

Género: mujeres en un 80 a 90% frente a un 10 a 15% de hombres.

Edades:

18 a 24 años: 53-63%, 25 a 34 años: 31-38% y 35+ años: menos del 10%

Horario de publicación:

La mayoría de los post se publicaron entre las 5:42 p.m. a 8:30 p.m.

No se observan grandes diferencias de rendimiento por hora, aunque las publicaciones de la 7:50 a 8:00 tienen ligeramente más visualizaciones.

Formatos:

La mayoría de publicaciones son carruseles de 3 a 5 imágenes.

Problemas detectados:

- Nula interacción (comentarios, guardados, compartidos)
- Falta de variedad de formatos (Reels, historias interactivas, videos)
- No hay implementación de marketing de contenido.
- Utiliza imágenes que no son de autoría propia, ni reflejan una estética distintiva.

## Descripción de la Marca:

### ¿Cómo y por qué surgió la marca?

La marca surge del deseo de independencia y libertad profesional del emprendedor. La visión inicial fue crear un modelo de negocio independiente que permitiera desarrollar una actividad rentable sin la dependencia de un empleador, canalizando esa libertad en la construcción de una marca propia.

### Beneficios y diferencias frente a la competencia

Uno de los principales beneficios y diferenciadores de la marca es su atención directa y honesta por DM. A diferencia de tiendas impersonales, NUBULA responde personalmente a los usuarios, pudiendo confiar en que recibirá respuestas reales sobre disponibilidad, calidad o tiempos de entrega.

### FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>● Atención directa y cercana con sus clientes.</li><li>● Precios accesibles y competitivos de \$10.00 a \$25.00, atractivo al público joven que desea llegar.</li><li>● Conocimiento de su público objetivo.</li><li>● Flexibilidad: capacidad de adaptación a las necesidades específicas de sus clientes.</li><li>● Presencia en redes sociales:</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Falta de constancia y adaptación en Instagram y Facebook (ha iniciado desde cero).</li><li>● No hay publicaciones con marketing de contenido y redacción persuasiva.</li><li>● Falta de un enfoque claro entre servicio y producto, lo que genera confusión entre sus redes sociales.</li><li>● Seguidores desalineados con el</li></ul>

<p>cuenta con perfiles en Instagram y Facebook para desarrollar su estrategia.</p>	<p>enfoque de compra directa por catálogo, en la que actualmente está enfocada en servicio de importación personalizada.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Poca variedad de formatos hechos en redes sociales (la mayoría son carruseles).</li> </ul>
<p>OPORTUNIDADES</p>	<p>AMENAZAS</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Utilizar Instagram y Facebook para diferenciarse con contenido de valor: tips de moda, looks armados, testimonios de clientes.</li> <li>● Redireccionar al público actual al enfoque de catálogo de ropa.</li> <li>● Generar contenido diverso (historias interactivas, reels, post, videos)</li> <li>● Crear contenido original y emocional de la marca, lo cual permite una mayor conexión y fidelización con el público.</li> <li>● Diferenciar y marcar la identidad de la marca en redes sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Alta competencia en el rubro de venta de ropa por redes sociales.</li> <li>● Tendencias de moda cambian rápido, lo que puede dejar stock desactualizado si no hay rotación o reinención del catálogo.</li> <li>● Los precios en los productos pueden verse afectados por las dificultades que generan las variaciones en los aranceles al tratarse de productos importados.</li> <li>● Posibilidad de pérdida de credibilidad si el contenido no refleja autenticidad o coherencia entre lo que se dice y lo que se muestra.</li> <li>● Confusión de los clientes potenciales ante la falta en la oferta, lo que puede generar desconfianza y pérdida de interés.</li> </ul>

## IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

### 1. [Lunasy](#) (tienda de ropa en línea)

#### **Frecuencia de publicaciones:**

Publica cada 1 o 2 semanas.

Entre las fechas hay pausas de actividad entre 6 a 7 días.

Exceso de publicaciones entre 14 y 23 en un mismo día.

#### **Formatos:**

Live (en vivo): promocionando la ropa disponible (2 veces al mes).

Historias destacadas:

La mayoría de publicaciones son carruseles de 2 a 4 imágenes, en el contenido visual incluye:

Solo un reel en el año sobre la ropa disponible.

Falta de historias interactivas.

### Estrategia de contenido:

Promocional:

En un 95% se centra en mostrar la ropa disponible para la venta en la que incluye carruseles, en vivos y reel.

Contenido de valor:

Historia destacada “consejos luna”: explica el proceso de compra y días de publicación.

“clientes”: prueba por los clientes de la satisfacción del producto, pero no está actualizado.



¿Por qué funciona?

Estética clara: conecta con el público joven.

La publicación refleja autenticidad. No es genérico ni copia a otras marcas.

## 2. [Messy.Folks](#) (tienda de ropa en línea)

**Frecuencia de publicaciones:**

- No hay una frecuencia de publicaciones definida en Messy.Folks
- Publica una sola vez al mes y son en meses aislados.
- El único día de publicación hay una saturación de publicaciones.

## Formatos:

- Realiza un post por cada prenda (formato principal).
- Mantiene historias destacadas.
- Solo un reels: de quién es la persona detrás de la marca.

No hay mayor variedad de formatos.

## Contenido visual:

Todas las imágenes son propias.

Se incorporan elementos visuales decorativos en edición como: dibujos o stickers, lo que le permite tener a la marca una estética visual propia.

## Estrategia de contenido:

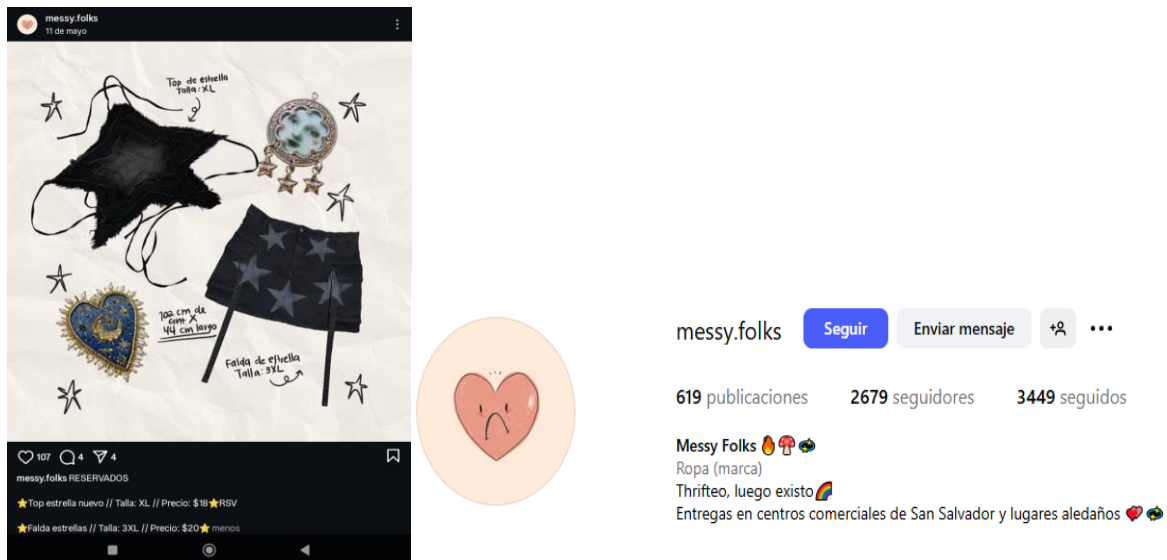
Promocional:

Está enfocada en un 95% en mostrar los productos disponibles para la venta.

Contenido de valor:

El único reel de la cuenta muestra a la persona que está detrás de la marca, por qué surge Messy.folks y el porqué se relaciona con la ropa, lo que permite generar conexión con el público.

Historia destacada “clientes” genera confianza de los unboxing por parte del público del servicio.



## ¿Por qué funciona?

Estética clara: conecta con el público joven.

La publicación refleja autenticidad. No es genérico ni copia a otras marcas.

Tiene un nicho específico.

Mayor detalle de la prenda (incluye los centímetros).

3. [niviana.sv](https://www.niviana.sv) (tienda de ropa en línea)

**Frecuencia de publicaciones:**

- No hay una frecuencia de publicaciones definida
- La cuenta no lleva un control en cuanto a la cantidad de posteos que se realizan.
- Variación de dos a seis publicaciones cuando se hacían activaciones.

**Formatos:**

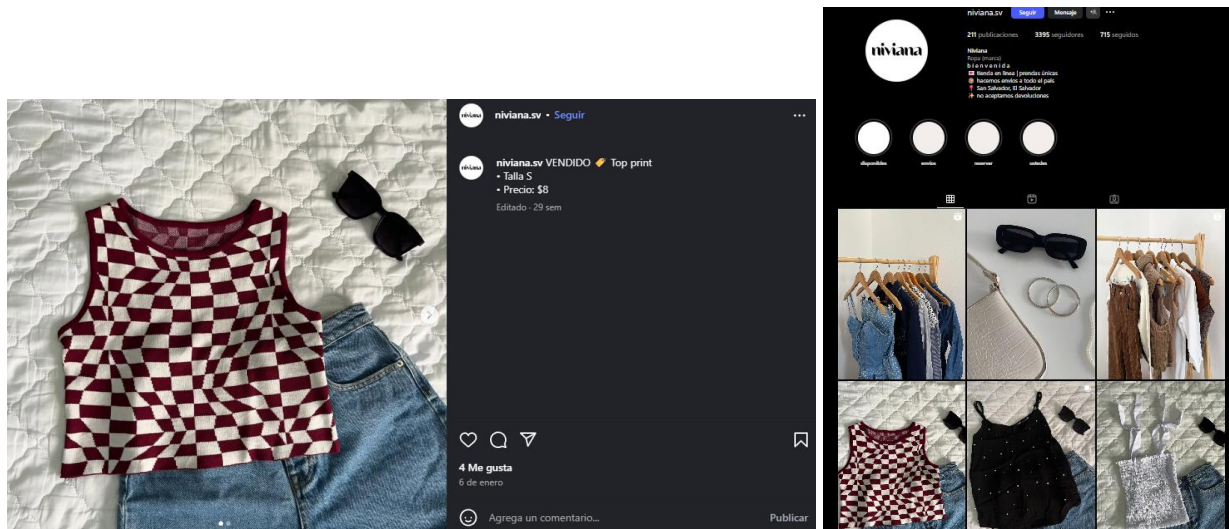
- La cuenta intercala entre reels mostrando prendas y carruseles.
- Historias destacadas:

**Contenido visual:**

- Las fotografías suelen mostrarse de manera estética, con accesorios y otras prendas.
- La estética se limita a tonos neutros, principalmente el blanco.

**Estrategia de contenido:**

La cuenta se limita al contenido promocional, utilizando solo reels de menos de 10 segundos, que si bien generan la mayor cantidad de interacciones, no dan a conocer más que las prendas disponibles. Los carruseles se limitan a los productos con otras prendas o accesorios a modo de referencia para hacer outfits.



¿Por qué funciona?

La marca funciona al generar contenido propio y visualmente llamativo para público joven, interesado en ropa minimalista o de estética en tendencia.

La cuenta no posee otros sitios o plataformas donde se dé a conocer sobre su marca, fuera de Instagram.

## **OBJETIVOS SMART:**

- Incrementar la visibilidad de Instagram en un 10% (470 a 517) de forma orgánica en un periodo de 6 meses para aumentar las interacciones.
- Aumentar un 5% las conversaciones por mensaje directo en Instagram y Facebook durante el mes motivadas por promociones y CTA en las publicaciones.
- Superar los 40 seguidores en Facebook en un periodo de 30 días a través del contenido de valor generado en reels, historias y post.
- Posicionar la identidad de NUBULA en Instagram y Facebook a través de contenido de valor a través de descripciones optimizadas, hashtags estratégicos, y horarios de alto tráfico en los próximos 3 meses.
- Lograr 5 ventas a través de Instagram y Facebook por medio de publicaciones orientadas a llamados a la acción y destacando productos disponibles con urgencia y escasez en un periodo de 30 días.

## IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO (BUYER PERSONA)

Segmentación de NUBULA: Ropa para dama, accesorios para dama, ropa deportiva, accesorios para celular y ropa para caballero (en muy poca medida).

**Gabriela Borja**

**Edad: 29 años**

**Ubicación: Nahuizalco, Colonia La Milagrosa.**

**Número telefónico: 7728-6434**

**Cargo: Manicurista. Nails Studio.**

### Objetivos y necesidades:

- Es experta en el cuidado de uñas, por lo que parte de sus objetivos es mantener su imagen en equilibrio con su profesión.
- Expandir el nicho de mercado a través de sus redes sociales.
- Continuar su capacitación en la manicura para llegar a más clientas.

### Miedos y frustraciones:

- Cerrar su emprendimiento de manicura y las redes sociales de Nails Studio.

### Intereses:

- Llevar una vida relajada sin descuidar el buen vestir.
- Mantener un perfil público y activo en su Instagram personal.
- Compartir con sus seguidores su pasión y profesionalismo por la manicura.

### Comportamiento:

- Es seguidora de NUBULA y reacciona regularmente a las publicaciones en Instagram.
- Su estilo por la moda es evidente en cada una de sus fotografías.
- Manifiesta un marcado interés por conocer más sobre la moda.

**Patricia Geraldine Urquilla Salinas**

**Edad: 26-30 años**

**Ubicación: Salvador del Mundo**

**Número telefónico: 6316-7886 Cargo:**

**Creador Digital**

### Objetivos y necesidades:

- Como creadora digital debe mantener su imagen impecable.

- Es muy activa en redes sociales y sabe que con su apariencia puede transmitir mucho a sus seguidores.
- Aprender sobre temas de interés para expandirse en redes sociales.
- Equilibrar su trabajo como creadora digital con su vida personal, sin descuidar su trabajo regular de ocho horas.

**Miedos y frustraciones:**

- Interrumpir su trabajo como creadora digital pues también es su pasión.

**Intereses:**

- Le gustaría en un futuro, monetizar a través de su contenido en redes sociales.
- Acercarse a más audiencia.

**Comportamiento:**

- Hace uso regular de los servicios de NUBULA, al pedir mayormente blusas, crop tops y abrigos de Shein.

**Daniela Romero Edad:**

**25-29 años Ubicación:**

**San Miguel**

**Número telefónico: 7036-8829 Madre, esposa y trabajadora.**

**Objetivos y necesidades:**

- Tiene un trabajo y a finales del año pasado tuvo a su segundo hijo, por lo que desea compensar su vida familiar con su vida laboral.
- Hacer uso adecuado de sus ingresos, al momento de pedir ropa en línea.

**Miedos y frustraciones:**

- Descuidar a sus hijos pequeños por la carga laboral.

**Intereses:**

- Le gusta estar a la moda. Compra ropa y accesorios en tendencia en Shein y Temu para ella.
- Es una mamá que disfruta comprar ropa y accesorios de calidad para sus bebés.

**Comportamiento:**

- Es una cliente frecuente en la tienda online NUBULA, pagando cantidades desde los \$25.00, situación que no es tan difícil ya que trabajan ella y su esposo.

- Hace uso del servicio de NUBULA al elegir a la tienda como intermediaria para hacer pedidos de Shein y Temu.
- Suele buscar ofertas que no afecten sus ingresos.

**Nombre:** Rossy Villalobos

**Edad:** 40-45 años

**Ubicación:** Soyapango

**Estado civil:** casada, madre de 4 hijos.

- **Objetivos y necesidades:**

- Hacer uso adecuado de sus ingresos, al momento comprar productos para ella o sus hijos.
- Tener tiempo para disfrutar en familia y organizar viajes o actividades para convivir.

- **Miedos y frustraciones:**

- Que la exposición pública afecte la privacidad o seguridad de su familia
- No tener ingresos suficientes para darle una calidad de vida a sus hijos

- **Intereses:**

- Religión
- Valores familiares
- Maternidad

- **Comportamiento:**

- Utiliza a diario las redes sociales
- Comparte videos sobre su familia y sus creencias religiosas en sus redes sociales aunque no con demasiada frecuencia.
- Compara precios de prendas similares en diferentes tiendas antes de realizar una compra.

**Nombre:** Leydi Esmeralda Samayoa

**Edad:** 23 años

**Ubicación:** San Salvador, Los Planes de Renderos

**Estado civil:** soltera

**Ocupación:** estudiante de enfermería en la Universidad Salvadoreña Alberto Masferrer USAM y trabaja medio tiempo en ventas y atención al cliente.

**Hobbie:** jugar futbol, es miembro del equipo oficial de la USAM

- **Objetivos y necesidades:**

- Quiere mantenerse vigente en sus redes sociales y tener mas alcance y seguidores.
- Desea aprender mas sobre enfermería.
- Quiere destacar y ser de las mejores futbolistas.

- **Miedos y frustraciones:**

- Se frustra con resultados negativos en los partidos de su equipo de futbol.
- Teme no poder mantener un equilibrio entre Estudio y trabajo.

- **Intereses:**

- Le gusta estar al tanto de los partidos de futbol, su jugador favorito es Messi y le va a los equipos FC Barcelona, PSG y el Inter miami.
- Le interesa ver en tiendas online productos de Moda y Belleza
- Le gusta visitar restaurantes de comida rápida con su familia o con sus amigas
- Le gustan las mascotas en especial los perros

- **Comportamiento:**

- Usa redes sociales diariamente y es muy activa en su instagram donde comparte su vida diaria y outfits.
- Busca y comparte resultados de los partidos de sus equipos favoritos.
- Compra en linea tops, jeans cargo y zapatos.
- Utiliza maquillaje sutil y se pinta el cabello periódicamente de castaño.

**Nombre:** Adelaida Gonzales

**Edad:** 24 años

**Ubicación:** San Salvador

**Estado civil:** Casada, 1 hijo y esposo proveedor del hogar.

**Ocupación:** Estudiante de Contaduría Pública en la Universidad de El Salvador y ama de casa

**Ingresos:** \$100 mensuales (beca de estudios).

- **Objetivos y necesidades:**

- Desea mejorar su promedio de notas y dedicar más tiempo al estudio.
- Quiere fomentar la creatividad y aprendizaje en su hijo de 3 años.
- Quiere convertirse en una profesional y lanzarse al mundo laboral

- **Miedos y frustraciones:**

- Se frustra cuando su hijo se enferma o tiene alguna dificultad de aprendizaje
- Teme no poder mantener un equilibrio entre Estudio y maternidad.

- **Intereses:**

- Le interesa ver en tiendas online productos de Moda y Belleza
- Le gusta visitar parques con su esposo y su hijo.
- Le gustan las mascotas (perros y gatos).

- **Comportamiento:**

- Usa sus redes sociales a diario pero no publica con frecuencia.
- Comparte fotografías y videos de su hijo.
- Compra en línea prendas como vestidos al menos 1 vez por mes.
- Utiliza maquillaje sobrio y sutil

## SELECCIÓN DE CANALES DIGITALES

Facebook e Instagram son dos de las redes sociales con mayor cantidad de usuarios activos a nivel mundial. En El Salvador, ambas plataformas se encuentran entre las más utilizadas, lo que garantiza visibilidad masiva y contacto directo con audiencias locales.

Ambas plataformas ofrecen herramientas de segmentación detallada basadas en ubicación, intereses, edad, género y comportamientos. Esto permite personalizar campañas y publicaciones para audiencias específicas, mejorando el engagement.

Facebook e Instagram están integradas bajo Meta Business Suite, facilitando la gestión simultánea de contenidos, estadísticas y campañas publicitarias. Esta integración optimiza recursos y tiempo al permitir programar, analizar y responder desde una sola plataforma.

1. Potencial visual y narrativo
  - Instagram se centra en lo visual (fotografía, video, historias y reels), ideal para conectar emocionalmente con la audiencia.
  - Facebook permite publicaciones más extensas, enlaces, eventos, y conversaciones profundas en comentarios y grupos.
2. Funcionalidad publicitaria robusta
  - Meta Ads Manager permite diseñar campañas con objetivos claros: reconocimiento, tráfico, interacción, generación de clientes potenciales o ventas.
  - El retorno de inversión puede ser medido y ajustado constantemente.
3. Construcción de comunidad
  - Facebook permite construir comunidades a través de grupos y páginas.
  - Instagram fomenta la interacción continua mediante likes, comentarios, historias interactivas, encuestas, etc.

La elección de Facebook e Instagram se fundamenta en su capacidad para generar alcance, conectar emocionalmente, segmentar con precisión y gestionar campañas efectivas desde una sola plataforma. Combinadas, forman una dupla poderosa para ejecutar una estrategia digital integral.

## ESTRATEGIA SEO

PLAN DE CONTENIDO SEO PARA INSTAGRAM DE NUBULA (1 MES = 4 SEMANAS, 3 PUBLICACIONES POR SEMANA = 12 POSTS + IDEAS PARA STORIES).

### Semana 1

Tema central: Vestidos y outfits básicos

1. Post 1 (Foto producto):
  - Caption: “Combinación de vestidos negros: la prenda que nunca pasa de moda. Perfecta para ocasiones casuales o una salida elegante. ✨ #VestidosNegros #OutfitCasualSV”
  - Keywords: combinación de vestidos negros, ocasión casual.
2. Post 2 (Reel “Tip de moda”):
  - “3 formas de armar un look con tops básicos 🧥🔥”
  - Keywords: formas de armar look con tops, outfit de algodón.
3. Post 3 (Story destacado + encuesta):
  - Pregunta: “¿Prefieres vestidos casuales o vestidos de fiesta?”
  - Incluye keyword: vestidos casuales, vestidos de fiesta.

### Semana 2

Tema central: Blusas y tendencias

4. Post 4 (Foto producto):
  - Caption: “Blusas en tendencia que elevan tu estilo esta temporada. Combínalas con pantalón de tiro alto para un look moderno y cómodo. ❤️ #BlusasEnTendencia #ModaUrbanaSV”
  - Keywords: blusas en tendencia, pantalón de tiro alto.
5. Post 5 (Reel educativo):
  - “Cómo cuidar y mantener la durabilidad de tus prendas favoritas 🧥✨”
  - Keywords: cuidado y durabilidad de prendas.
6. Post 6 (Story destacado “Promos”):
  - Imagen: promoción de blusas.
  - Texto: “Ofertas especiales de blusas disponibles esta semana 🎁🔥 #PromocionesNubula”

### Semana 3

Tema central: Chaquetas y accesorios clave

Post 7 (Foto producto):

- Caption: “Chaquetas que transforman tu outfit en segundos. ❄️ Perfectas para el clima fresco y con estilo urbano. #ChaquetasSV #OutfitCasual”
- Keywords: chaquetas, cómo utilizar chaquetas.

8. Post 8 (Reel “Estilo & Tips”):

- “Por qué tener en tu armario un vestido camisero azul 💙”
- Keywords: vestido camisero azul.

9. Post 9 (Story encuesta):

- Imagen de chaquetas en dos colores.
- Pregunta: “¿Prefieres chaqueta negra ❤️ o beige 🤍?”
- Keywords: colores y estado de ánimo.

Semana 4

Tema central: Playa, outfits frescos y promociones

10. Post 10 (Foto producto):

- Caption: “Trajes de baño que combinan estilo y comodidad 🌊☀️ Encuentra el tuyo en Nubula. #TrajeDeBañoSV #RopaUrbana”

- Keywords: trajes de baño, estilo elegante.

11. Post 11 (Reel de combinaciones):

- “Cómo combinar faldas con tops básicos ✨ 3 ideas para un outfit casual y fresco.”
- Keywords: combinaciones de faldas, outfits de algodón.

12. Post 12 (Story de cierre de mes):

- Texto: “Ofertas especiales de fin de mes 📦✨ ¡No te quedes sin tu outfit Nubula!”
- Keywords: ofertas especiales, promociones.

Hashtags recomendados (rotativos según post)

#ModaElSalvador#OutfitCasual#RopaUrbanaSV#BlusasEnTendencia#VestidosSV

#ChaquetasMujer #OutfitJuvenil #ModaJuvenilSV #RopaCómoda #StyleInspo

## PLAN DE CONTENIDO

Un plan de contenidos no es solo “qué publicar”, sino cómo se organiza la narrativa de la marca en cada red social. Para lograrlo, lo primero es definir pilares de contenido que guíen cada publicación.

### Pilares de contenido

**Marketing de contenidos (Valor):** Educar e inspirar a la audiencia sobre moda, estilo y cuidado de prendas.

**Branding (Construcción de marca):** Posicionar a Nubula como una tienda online cercana, confiable y accesible.

**Ventas:** Incentivar la compra de productos a través de promociones, ofertas y lanzamientos.

**Interacciones (Engagement):** Involucrar a la comunidad con dinámicas y contenido participativo.

Pilares de contenido	Marketing de contenidos	Branding	Ventas	Interacciones
Subtemas	tips de estilo	mensajes de identidad	descuentos	encuestas
	cuidado de ropa	beneficios de comprar en Nubula	promociones limitadas	votaciones
	combinación de colores	atención personalizada	productos destacados	retos
	guías prácticas		urgencia de compra	preguntas abiertas

### Calendario de contenidos (15 días – 15 publicaciones por red social)

El calendario está diseñado para equilibrar los cuatro pilares:

Instagram: enfoque en inspiración visual, tips de valor y reels dinámicos.

Facebook: más educativo, con infografías, guías rápidas y posts de interacción.

## MEDICIÓN Y ANÁLISIS

1. Incrementar la visibilidad de Instagram en un 10% (470 a 517) de forma orgánica en un periodo de 6 meses para aumentar las interacciones.
  - Visualizaciones
  - Interacciones
  - Actividad del perfil
  - Visitas al perfil
2. Aumentar un 5% las conversaciones por mensaje directo en Instagram y Facebook durante el mes motivadas por promociones y CTA en las publicaciones.
  - Interacciones en stories con CTA
  - Bandeja de entrada
  - Contactos totales
  - Conversaciones con mensajes iniciadas
3. Superar los 40 seguidores en Facebook en un periodo de 30 días a través del contenido de valor generado en reels, historias y post.
  - Nuevos seguidores
  - Visualizaciones de reels y publicaciones
  - Visualizaciones de seguidores
  - Visualizaciones de no seguidores
4. Posicionar la identidad de NUBULA en Instagram y Facebook a través de contenido de valor a través de descripciones optimizadas, hashtags estratégicos, y horarios de alto tráfico en los próximos 3 meses.

Alcance

Visualizaciones

Interacciones con el contenido (reacciones, comentarios y guardados)

Visitas al perfil

5. Lograr 5 ventas a través de Instagram y Facebook por medio de publicaciones orientadas a llamados a la acción y destacando productos disponibles con urgencia y escasez en un periodo de 30 días.
  - Conversaciones iniciadas
  - Métricas de mensajes (resultados de pedidos, ingresos y clientes potenciales)

## CALENDARIO DE CONTENIDO

# Calendario Nubula (15 días – 15 publicaciones por red social)

Día	Red Social	Horario	Tipo de Contenido	Línea de Contenido	Copy	Descripción gráfica	LINK
1	Instagram	6:30 PM	Post Feed (Carrusel)	Valor	1 vestido negro, 3 formas de combinarlo. #Casual #Urbano y #Playero  ¿Cuál de estos estilos es tu favorito?	<b>Imagen:</b> 3 conjuntos con vestido negro como prenda principal <b>Texto:</b> 3 formas de combinar tu vestido negro	<a href="#">Link carrusel</a>
	Facebook	6:00 PM	Reel	Interacción	Dos estilos, un mismo mood fresco 🌸  👗 En #Nubula queremos saber: ¿te quedas con el #LookA romántico o con el #LookB atrevido y en tendencia?  Ambos son outfits perfectos para una ocasión casual 🌸	Video dinámico mostrando dos outfits	<a href="#">Link reel</a>

					Vota en los comentarios y cuéntanos qué look llevarías en tu próximo plan. 📷		
					#OutfitCasual #BlusasEnTendencia #ModaElSalvador		
2	Instagram	12:30 PM	Story (Encuesta)	Interacción	¿Qué team eres? Team body / team camiseta	Encuesta + Conjunto body Conjunto camiseta	<a href="#">Link Historia</a>
	Facebook	6:30 PM	Post Feed	Valor	¿Por qué elegir #ropa con tela de #algodón? ✓Comodidad ✓Transpirable ✓Hipoalergénica ✓Resistente ✓Absorbente  Elige #prendas que cuidan tu piel y te hacen ver espectacular. ✨	<b>Imagen:</b> Infografía explicativa <b>Texto:</b> 5 Beneficios del algodón en tus prendas	<a href="#">Link Post</a>
3	Instagram	6:45 PM	Reel	Valor	Tu armario puede durar más de lo que imaginas 🧺👗  En #Nubula creemos en la moda consciente.  Aquí van 3 tips básicos de cuidado y durabilidad de prendas para que tu ropa	Video tutorial	<a href="#">Link reel</a>

					<p>favorita se mantenga como nueva ✨</p> <p>Un pequeño cambio en tus hábitos hace que tus <a href="#">#blusasentendencia</a> y <a href="#">#outfitsdealgodón</a> duren mucho más.</p> <p><a href="#">#CuidadoDePrendas</a> <a href="#">#ModaSostenibleSV</a></p>		
	Facebook	7:00 PM	Post Feed (Imagen)	Venta	<p>¡Vuelve la <a href="#">#Promoción</a> especial que estabas esperando!</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓En tendencia</li> <li>✓Cómodos</li> <li>✓Frescos</li> </ul> <p>Por tiempo limitado. ✨ Haz tu pedido hoy mismo y recibe asesoría gratis. 😊</p>	<p><b>Imagen:</b> Catalogo de tops disponibles <b>Texto:</b> Tops en tendencia. A \$8 y \$10 Solo en septiembre o hasta agotar existencia</p>	<a href="#">Link Post</a>
4	Instagram	8:00 PM	Post Feed (Carrusel)	Valor	<p>¿No sabes en qué ocasión usar tu <a href="#">#vestido favorito</a>?</p> <p>Lee esta guía rápida para que elijas el adecuado: ✨ <a href="#">#VestidosLargos</a> <a href="#">#VestidosCortos</a> <a href="#">#VestidosElegantes</a></p>	<p><b>Imagen:</b> vestidos casuales, formales y elegantes. <b>Texto:</b> Guía para elegir el vestido correcto, según la ocasión</p>	<a href="#">Link Carrusel</a>
	Facebook	7:30 PM	Story (Pregunta)	Interacción	<p>¿Qué tipo de prendas te gustaría ver con descuento esta semana?</p>	<p>Pregunta + imagen de falda, vestido, pantalón, hoodie, top y body.</p>	<a href="#">Link Historia</a>





5	Instagram	8:15 PM	Reel	Valor	<p>Las #sudaderasparamujer ya no son solo para estar en casa 🏠👗</p> <p>En #Nubula, te mostramos diferentes formas de armar looks con estilo: casual, urbano y hasta elegante.</p> <p>Un básico multifacético que nunca pasa de moda ❤️</p> <p>¿Cuál usarías tú? 🗨️ Etiqueta a tu amiga que ama las sudaderas 👯</p> <p>#OutfitCasual #ModaJuvenilSV #StyleInspo</p>	Video mostrando diferentes combinaciones de sudaderas	<a href="#">Link reel</a>
	Facebook	8:00 PM	Post Feed	Valor	<p>¿Por qué la #calidad de tus prendas es tan importante?</p> <p>Te compartimos 3 razones para optar por ellas.</p>	Imagen explicativa	<a href="#">LINK</a>
6	Instagram	8:30 PM	Post Feed (Imagen)	Venta	<p>¡Comodidad y #estilo, tus compañeros de vacaciones!</p> <p>Trajeros de baños a tu gusto solo en NUBULA</p>	Imágenes productos disponibles.	<a href="#">LINK</a>

	Facebook	6:00 PM	Reel	Interacción	<p>🔒 Desafío Nubula 🔒</p> <p>¿Eres amante de la moda? 👤📷 Es hora de mostrar tu estilo al mundo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Elige tu outfit favorito</li> <li>2 Grábalo o toma una foto</li> <li>3 Etiqueta a Nubula 🌟</li> </ol> <p>Queremos ver cómo luces tu #Outfit Nubula con blusas en tendencia, vestidos casuales o chaquetas llenas de estilo. ¿Aceptas el reto? 🙋</p> <p>#ModaElSalvador #OutfitJuvenil</p>	Video reto con CTA	<a href="#">Link reel</a>
7	Instagram	6:30 PM	Story (Encuesta)	Interacción	<p>¿Colores neutros o vivos? La opción que prefieras, la tenemos para ti</p>	Imágenes de productos disponibles.	<a href="#">LINK</a>
	Facebook	6:30 PM	Post Feed	Valor	<p>¡Guía fácil para que elijas la talla ideal de tu #vestido y luzcas siempre encantadora!</p>	Imagen guía 4 claves para elegir tu talla ideal.	<a href="#">LINK</a>

8	Instagram	6:45 PM	Reel	Valor	<p>La falda gris es un básico que siempre funciona 🗑️</p> <p>Te dejamos 4 ideas de combinaciones de faldas: casual, elegante, cómodo y chic 🗑️</p> <p>Un must-have para tu armario de temporada. ¿Qué look probarías primero? 💬</p> <p>#NubulaStyle #CombinacionesDeFaldas #OutfitsDeAlgodón #ModaJuvenilSV</p>	Video con looks variados	<a href="#">Link reel</a>
	Facebook	7:00 PM	Story (Caja de preguntas)	Interacción	¿Qué prendas te gustaría que lleguen a Nubula? ¡Déjanos tu sugerencia!	Caja de preguntas	<a href="#">LINK</a>
9	Instagram	7:00 PM	Post Feed (Carrusel)	Valor	<p>¿Tu outfit ya no se ve como el primer día? 😞</p> <p>Por eso, en NUBULA te brindamos los siguientes tips para que tu ropa dure mucho más 🗑️</p>	Imagenes + tips	<a href="#">LINK</a>

					<p>El verdadero #Estilo no está en comprar mucho, está en que lo poco que tengas te dure y siempre se vea increíble.</p> <p>✦ Descubre los cuidados que no te cuentan.</p> <p>¿Qué error has estado cometiendo sin saberlo?</p> <p>¡Cuéntame en comentarios! 🖱</p> <p>Porque en #TiendaOnlineSV creemos que la moda sostenible empieza por cuidar lo que ya amamos 🌱</p>		
Facebook	7:30 PM	Post Feed	Venta	<p>OFERTA EXCLUSIVA PARA NUESTRAS CHICAS 📌</p> <p>Falda a de talla "M" a solo \$20 por tiempo limitado.</p> <p>Si buscas renovar tu outfit este es el momento. 😊</p> <p>Está es la oportunidad para las que entienden que una falda bien elegida puede transformar completamente tu guardarropa.</p> <p>¿Sabías que una falda versátil puede crear hasta 10 outfits diferentes? Escríbenos por DM; compra fácil y segura con #Nubula.</p> <p>Combínala con camiseta blanca para un #EstiloDiario fresco.</p>	Imagen producto	con	<a href="#">LINK</a>

10	Instagram	7:30 PM	Reel	Valor	<p>Tener tops versátiles en tu armario es la clave para armar looks fáciles y estilosos 🧥</p> <p>Aquí te mostramos 4 formas de combinarlos en diferentes ocasiones: casual, oficina, salidas o relax.</p> <p>¿Cuál es tu favorito? 💬</p> <p>#FormasDeArmarLookConTops #BlusasEnTendencia #OutfitCasualSV</p>	Video looks con varios	<a href="#">Link reel</a>
	Facebook	8:00 PM	Post Feed	Interacción	<p>No necesitas llenar tu closet, Necesitas elegir inteligente 🧠</p> <p>Para crear looks infinitos 🧵</p> <p>¿Qué top es tu preferido? Comenta <input type="checkbox"/> 1 o <input type="checkbox"/> 2</p> <p>En #Nubula cada prenda está pensada para maximizar tu comodidad, no tu gasto.</p> <p>¿Cuál es tu top favorito y por qué? 🤔</p>	Imagen productos con	<a href="#">LINK</a>
11	Instagram	8:00 PM	Post Feed (Imagen)	Valor	<p>En el mundo del #ComercioOnline es súper fácil ser solo otra tienda más. Pero #Nubula te escuchamos. 😊</p> <p>🧠 Te conozco por tu nombre, no por tu número de pedido.</p>	Mensaje de la marca	<a href="#">LINK</a>

				<p>Porque creemos que detrás de cada compra hay una mujer real, con sueños, que merece sentirse increíble.</p> <p>¿Qué es lo que más valoras cuando decides confiar en Nubula?</p>		
Facebook	6:00 PM	Reel	Valor	<p>¿Buscas una forma #segura y sencilla de renovar tu clóset? </p> <p>En #Nubula creemos que comprar ropa en línea debe sentirse tan fácil como probártela en persona </p> <p> Así funciona:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Mira los conjuntos disponibles en nuestras publicaciones</li> <li>2 Escríbenos por DM</li> <li>3 Aparta tu prenda con el 50% y liquida al recibirla</li> </ol> <p>Sin complicaciones, sin riesgos.</p> <p>Haz tu pedido hoy mismo y disfruta de la experiencia #Nubula </p> <p>#RopaParaDama #PromocionesEspeciales</p>	Video explicativo	<a href="#">Link reel</a>

12	Instagram	8:15 PM	Story	Interacción	<p>🤔 AYÚDAME A DECIDIR...</p> <p>Estoy planeando las próximas llegadas de #Nubula y quiero que sean PERFECTAS para ustedes 🌟</p> <p>¿Qué necesitas en tu closet ahora?</p> <p>Su opinión va a decidir qué llega en las próximas semanas porque ustedes son las expertas en saber qué necesitan 🗣️</p> <p>En los comentarios cuéntame POR QUÉ eligieron esa opción! Sus razones me ayudan a elegir los modelos perfectos.</p>	Pregunta	<a href="#">LINK</a>
	Facebook	6:30 PM	Post Feed Carrusel	Valor	<p>3 RAZONES por las que un vestido camisero azul debería estar en tu closet ❤️</p> <p>🌟 Cuando no sabes qué ponerte, siempre te salva con elegancia sin esfuerzo.</p> <p>🌟 Un buen camisero se adapta y siempre te favorece.</p> <p>🌟 Una pieza que funciona para oficina, brunch y cita, es lo máximo para tu closet.</p> <p>En #Nubula buscamos esas piezas que no solo se ven bien, sino que te den comodidad.</p> <p>¿Ya tienes tu vestido camisero perfecto o aún lo estás buscando?</p>	Fotos estilo editorial	<a href="#">LINK</a>

13	Instagram	8:30 PM	Reel	Valor	<p>👉 Las chaquetas son esa prenda que nunca falla en tu armario.</p> <p>Te mostramos 3 formas fáciles de combinarlas.</p> <p>La clave está en jugar con básicos y accesorios, y verás cómo una sola prenda multiplica tus outfits. 👉👗</p> <p>👉 Cuéntanos en comentarios: ¿prefieres el look casual, femenino o elegante?</p> <p>Y si quieres más ideas de moda, guarda este reel y explora los nuevos looks en nuestro perfil. 📌</p> <p>#ModaFemenina #Outfits #Chaquetas #EstiloNubula</p>	Video dinámico con looks	<a href="#">Link reel</a>
	Facebook	7:30 PM	Post Feed	Interacción	<p>👉👗 Etiqueta a esa amiga que ama la moda 👗👉</p> <p>En #Nubula siempre tenemos las piezas perfectas para que armes looks únicos, cómodos y con mucho estilo. 💕</p> <p>👉 Desde #outfits casuales hasta prendas que marcan tendencia, aquí encontrarás lo que tu clóset necesita.</p> <p>👉 Dale amor a esa amiga #fashionista y comparte con ella nuestras novedades.</p>	Imagen atractiva	<a href="#">LINK</a>

					<p>📱 Síguenos en @nubula_sv para no perderte lo mejor de la moda.</p>		
14	Instagram	12:30 PM	Post Feed (Carrusel)	Valor	<p>🌟 Los colores hablan por ti 🌟          ¿Sabías que el color de tu outfit puede reflejar tu estado de ánimo? 💬 🎨</p> <p>📍 En #Nubula encuentras las prendas que combinan con tu #estilo y tu #mood 🌟</p> <p>👉 Cuéntanos: ¿qué color te representa hoy? 📍</p>	Fotos de prendas en distintos tonos	<a href="#">LINK</a>
	Facebook	8:00 PM	Story	Valor	<p>🌟 ¿Por qué elegir NUBULA? 🌟          Porque cada prenda está pensada para que te sientas única y segura en cualquier ocasión 💕.</p> <p>👗 Beneficios de comprar en NUBULA:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Diseños exclusivos que no encontrarás en cualquier lugar.</li> <li>✓ Variedad de estilos para todos los moods y personalidades.</li> <li>✓ Tendencias actuales a precios accesibles.</li> </ul> <p>📁 Tu outfit soñado está a un clic de distancia.</p>	Imagen de la marca	<a href="#">LINK</a>

					🏠 ¿Lista para ser parte de la #ComunidadNubula?		
15	Instagram	6:30 PM	Reel	Valor	<p>En Nubula tenemos un estilo para cada momento 🌟</p> <p>Desde lo más #Casual, pasando por lo #Deportivo, hasta llegar a lo más #Elegante 🌟</p> <p>Vestidos para ocasión casual, sudaderas para mujer o blusas en tendencia: todo está en un solo lugar 📄</p> <p>¿Con cuál te identificas más? 💬 Déjalo en los comentarios 📌</p> <p>#ModaElSalvador #OutfitJuvenil</p>	Video dinámico	<a href="#">Link reel</a>
	Facebook	6:00 PM	Post Feed	Valor	<p>❤️ Comprar en NUBULA es mucho más que llevar ropa, es una experiencia 🌟</p> <p>🌸 Beneficios que amarás:          ✓ Compras fáciles y seguras desde casa 🏠📱.          ✓ Atención personalizada para que encuentres tu estilo.</p>	Imagen clave mensaje	<a href="#">LINK</a>

					<p>✓ Prendas cómodas, modernas y de calidad.</p> <p>En NUBULA queremos que disfrutes cada paso del proceso: desde elegir tu outfit hasta lucirlo con confianza.</p> <p>✿👉 Cuéntanos, ¿qué valores más al comprar ropa online? 👈</p>		
--	--	--	--	--	---	--	--

## REFERENCIAS

- Asana. (sf). Buyer Persona: qué es y cómo hacer uno para tu proyecto .  
<https://asana.com/es/resources/buyer-persona>
- EBAC. (sf). ¿Qué es un plan de contenidos y cómo hacerlo? <https://ebac.mx/blog/plan-de-contenidos>