

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



**ESTRATEGIA DIGITAL DE MARCA: SATURNO STORE**  
**INFORME FINAL DE CURSO DE ESPECIALIZACIÓN DE MEDIOS**  
**DIGITALES Y REDES SOCIALES**

PRESENTADO POR:

**KATHERINE ISAMAR BONILLA SANDOVAL**

PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

**LICENCIADA EN PERIODISMO**

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:

**SILVIA MARÍA ESTRADA**

Ciudad universitaria, marzo de 2022

**AUTORIDADES UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**MSC. ROGER ARMANDO ARIAS**

RECTOR

**PhD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ**

VICERRECTOR ACADÉMICO

**ING. JUAN ROSA QUINTANILLA**

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

**ING. FRANCISCO ALARCÓN**

SECRETARIO GENERAL

**LIC. RAFAEL HUMBERTO PEÑA LARÍN**

FISCAL GENERAL

**FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

**MSC. OSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS**

DECANO

**LICDA. SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO**

VICEDECANA

**MSC. JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS**

SECRETARIO

**DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

**MSC. CARLOS ERNESTO DERAS**

JEFE DE DEPARTAMENTO

**MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

COORDINADOR GENERAL DE LOS PROCESOS DE GRADO

# INDICE

## Contenido

RESUMEN .....	iii
INTRODUCCIÓN .....	iv
I. SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA .....	5
II. DESCRIPCIÓN DE LA MARCA .....	5
III. PLATAFORMAS DIGITALES A UTILIZAR .....	8
IV. FODA .....	9
V. BUYER PERSONA .....	10
VI. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	13
VII. LÍNEAS DE CONTENIDO .....	16
VIII. CALENDARIO .....	19
Referencias .....	23

## **RESUMEN**

El presente informe muestra una Estrategia Digital, diseñada para una nueva marca, que se lanza al público como emprendimiento en línea, de productos varios. Esta estrategia se basa en lo aprendido durante el curso de especialización en Medios Digitales y Redes Sociales y aplica diferentes fórmulas para lograr los objetivos de ésta.

En el primer apartado se plantea la situación de la empresa, es decir, su posicionamiento web actual y la estrategia que se utilizará para lograr posicionarla en el mercado. El segundo apartado describe información general, como su forma de operar, los productos que ofrece, la estructura y organización de la marca, así mismo, se trazan los objetivos. El tercer apartado define las plataformas digitales que se utilizarán para la marca. El cuarto apartado contiene el análisis FODA. Como quinto apartado, se crean los Buyer Persona, que son necesarios para describir el público/cliente ideal que la marca necesita. El sexto apartado refiere a un análisis de la competencia de la empresa. En el séptimo apartado, se estructuran las líneas de contenido que la estrategia tendrá, así como sus KPI's y la propuesta de pauta publicitaria. En el octavo y último apartado se anexa una propuesta de calendario de contenidos.

### **Palabras clave:**

Estrategia digital, marketing de contenido, posicionamiento, buyer persona, marketing digital, redes sociales.

## INTRODUCCIÓN

Actualmente, los comercios y nuevas empresas o emprendimientos tienen el reto de posicionar su marca no solo a nivel de localidad y publicidad tradicional, sino, lograr que su marca sea reconocida a nivel digital y en las redes sociales de mayor uso.

Estas redes sociales son el nuevo canal de negocio de muchas empresas, pues, a través de ellas atraen clientes, interactúan con ellos, se dan a conocer y ganan reputación, pero, se debe entender que, no solo hace falta crear un perfil en “x” red social y nuestra marca tendrá todos los reconocimientos y beneficios que traen éstas. Para ello, es importante desarrollar un conjunto de acciones previamente planificadas a nivel digital y que vayan encaminadas a los objetivos trazados por la empresa.

Estas acciones se reúnen en una “Estrategia Digital” o “Estrategia de marketing digital”, es bien sabido que, para aumentar las ventas, se debe atraer al público y estar donde ellos están y actualmente, los clientes potenciales los encontramos en los medios digitales o redes sociales.

Crear una Estrategia digital no solo nos permite aprovechar de mejor manera los recursos de la empresa, sino también, segmentar y dirigirnos a perfiles específicos, según los intereses y comportamiento del público meta, además, nos permite medir los resultados de las campañas lanzadas y corregir aquellas acciones que no nos están dando los resultados esperados.

El presente trabajo es una estrategia digital creada para el nuevo emprendimiento “Saturno Store”, la cual pretende atraer clientes potenciales y posicionar la marca como referente de los productos que esta tendrá disponibles.

## **I. SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA**

### **¿Qué es Saturno Store?**

Es una tienda en línea, que ofrecerá diversidad de productos, entre estos: perfumería, accesorios, artículos de belleza y ropa para damas y caballeros.

### **Posicionamiento como marca y posición SEO:**

Saturno Store es una marca que iniciará operaciones muy pronto, por lo que actualmente, la marca no se encuentra posicionada aún, por lo tanto, tampoco está optimizada en los motores de búsqueda (SEO).

## **II. DESCRIPCIÓN DE LA MARCA**

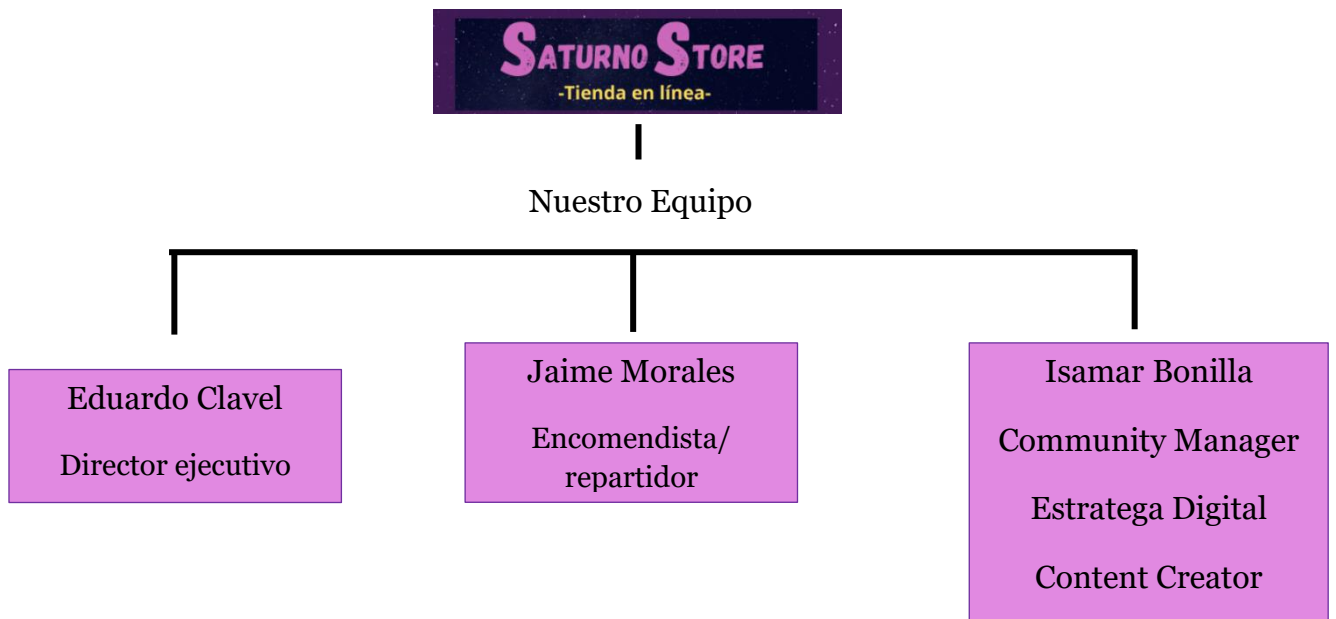
Saturno Store es una tienda en línea que ofrecerá variedad de productos para damas y caballeros, con la finalidad de solventar necesidades de éstos a nuestros clientes.

Estará operando desde el Departamento de San Salvador, sin embargo, tendrá cobertura a nivel nacional, a través de encomiendas y envíos de EMS (Servicio de Mensajería Express) de Correos de El Salvador.

### **LOGO**



## ORGANIGRAMA



## PRODUCTOS Y FORMAS DE PAGO

Los clientes podrán hacer sus pagos en efectivo (Contra entrega) o con depósito o transferencia bancaria desde la Red Fedecrédito, Banco Promerica, Banco Cuscatlán y Banco Hipotecario.

Los productos que podrá encontrar en la tienda en línea son:

- **Perfumería:** para damas y caballeros, de las marcas:
  - ✓ Cuba men/ women.
  - ✓ Perry Ellis men/women
  - ✓ Victoria's Secret
  - ✓ Victorinox
  - ✓ París Hilton

➤ **Accesorios de acero inoxidable:** para damas y caballeros

- ✓ Dijes
- ✓ Argollas
- ✓ Aretes
- ✓ Anillos
- ✓ Esclavas
- ✓ Sets para damas ( Cadena, aretes)

➤ **Accesorios de belleza:**

- ✓ Relojes
- ✓ Diademas
- ✓ Scrunchies
- ✓ Brochas cosméticas
- ✓ Turbantes
- ✓ Cosmetiqueras

➤ **Ropa:** para damas y caballeros

- ✓ Camisetas estampadas unisex
- ✓ Centros estampados unisex
- ✓ Crop tops
- ✓ Gorras
- ✓ Camisas de manta



## **OBJETIVOS DE LA MARCA**

### **Objetivos generales:**

- 1. Lanzar la marca Saturno Store.
- 2. Aumentar la comunidad de seguidores en Instagram

### **Objetivos específicos:**

- Dar a conocer la marca Saturno Store para atraer y potenciar futuros clientes.
- Posicionar la marca Saturno Store en la zona occidental y central de El Salvador.
- Fidelizar a los primeros clientes, para aumentar las interacciones y recomendación de Saturno Store.
- Fomentar compras rápidas a través de un buen servicio al cliente para mejorar el retorno de inversión (ROI).

## **III. PLATAFORMAS DIGITALES A UTILIZAR**

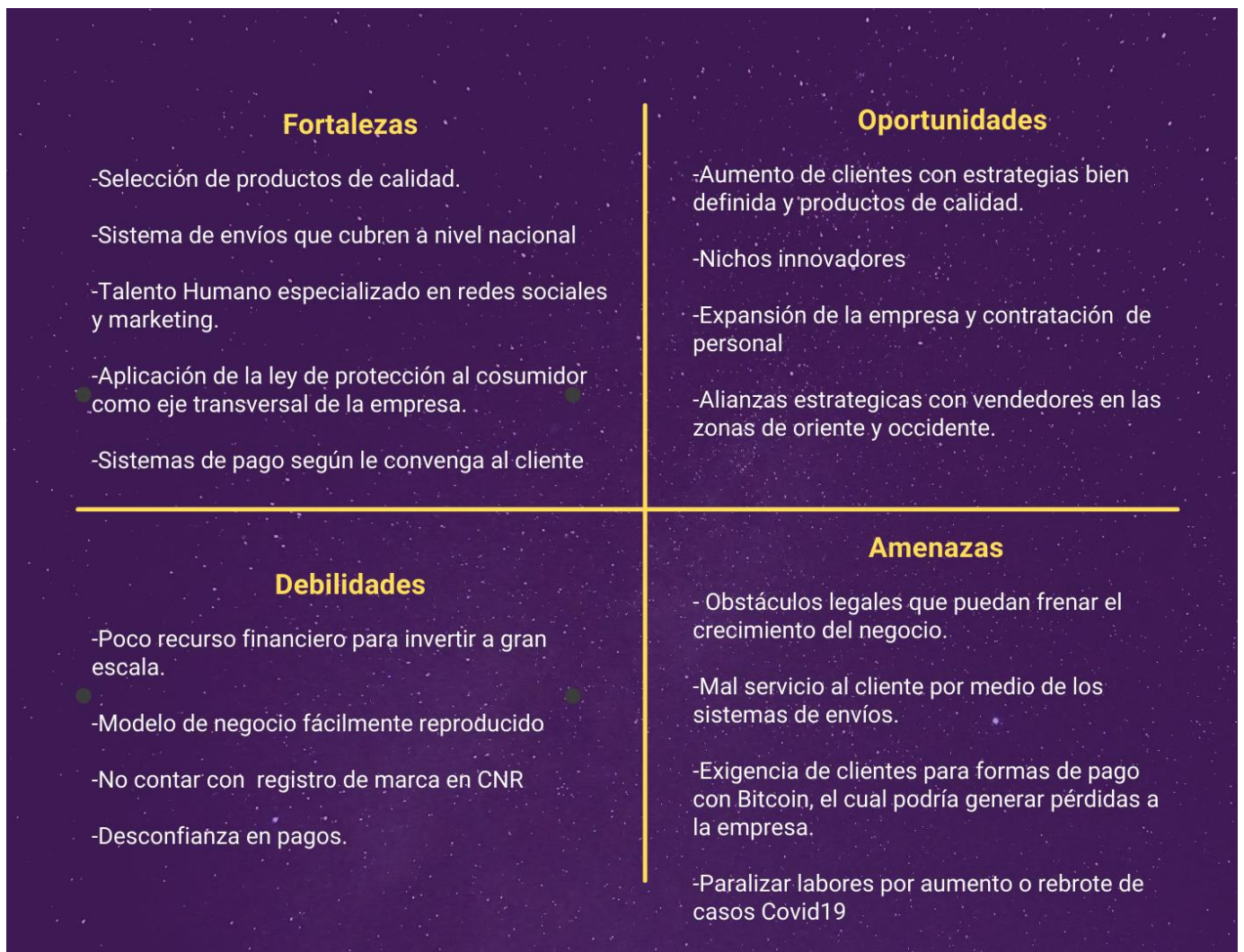
Instagram será el canal principal para dar a conocer la marca Saturno Store y sus productos, así mismo, para concretar las ventas, también podrá optar por comunicarse con la empresa a través de la plataforma de mensajería Whatsapp, este último solo servirá para concretar ventas y solventar dudas de los clientes, no para potenciar la marca.

Instagram es una red con más de 1 billón de usuarios activos y permite tener un feed llamativo y armónico con la marca, además, ofrece diversidad de formatos, lo que da visibilidad y dinamismo a la marca.

Otra novedad de esta red son los “highlight” que permite seccionar los productos o temáticas de la empresa, haciendo que sea más fácil que el cliente encuentre algo que busca en específico.

Saturno Store, tiene un perfil oficial en Facebook, sin embargo, esta solo tiene la finalidad de pautar en Instagram, a través de esta red.

#### IV. FODA



## V. BUYER PERSONA

El Buyer Persona es una representación del cliente ideal de una empresa o de una determinada campaña de marketing. Estos ayudan a definir la audiencia a la que se quiere atraer y convertir, así mismo, ayuda a entender mejor al público objetivo.

Para Saturno Store, estos son sus Buyer Persona:



**Cintya Sánchez**

**Perfil:** Cintya tiene 22 años, vive en Santa Tecla. Trabaja en un Call Center y gana entre \$600 a \$800 por mes. Tiene 3 años con su novio. Le encanta estar a la moda y comprar en línea

**Intereses**

- +Estar en tendencia y comprar accesorios para crear looks juveniles
- +Continuar sus estudios universitarios

**Hobbies**

- +Hacer compras en línea
- + Va al gimnasio 3 veces por semana
- +Le gustan las películas románticas
- +Fanática de la moda en ropa y accesorios

**Frustraciones**

- +Que ofrezcan accesorios a elevados precios y de baja calidad
- +Que solo permitan pagos en efectivo

**Reto**

- +Encontrar una tienda en línea que le ofrezca variedad de accesorios y artículos de belleza.
- +Que la tienda le facilite las formas de pago electrónico.

# Naomi Ascencio



## Perfil

Naomi es psicóloga, tiene 30 años. Vive en San Salvador con su esposo e hija de 3 años. Gusta de accesorios y perfumes de marca.

### Intereses

+Gusta de optimizar el tiempo para dedicarse a su trabajo y familia .  
+Gusta combinar sus outfits con accesorios y perfumes

### Ingresos

Tiene un salario mensual de \$700 a \$800

### Necesidades

Ahorrar tiempo en compras, productos de calidad y pagos con tarjetas

### Le desmotiva

Tener que buscar accesorios y perfumes en diversas tiendas

### Metas

Encontrar una tienda en línea que le ofrezca variedad de accesorios y perfumes de marca al mismo tiempo.



# Carlos Mendoza

**Perfil:** Carlos tiene 26 años, vive en Santa Ana. Trabaja en una institución gubernamental y gana alrededor de \$500 por mes. Tiene 5 años con su novia. Es fanático de los perfumes y comprar en línea

## Intereses

- +Tener diferentes tonos de fragancias para la semana
- +Comprarle detalles a su novia.

## Hobbies

- +Hace compras en línea
- + Va al gimnasio 5 veces por semanas
- +Fanático de los perfumes de marca

## Frustraciones

- +Que ofrezcan replicas de perfumes y no originales
- +Encontrar pocas tiendas que le ofrezcan perfumes originales y que la mayoría solo opere en San Salvador

## Reto

- +Encontrar una tienda en línea que le ofrezca variedad de perfumes.
- +Que la tienda tenga cobertura a nivel nacional.

## VI. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Para poder brindar buena atención y servicio a los clientes, es necesario analizar qué les atrae, esto se puede hacer de manera indirecta al analizar la competencia que se encuentra en el mismo sector del mercado en que se encuentra nuestra marca o empresa.

Esto permitirá comprender y mejorar todo lo descrito en el FODA de la empresa.

Para Saturno Store, estas son parte de su competencia:

### ❖ Nono's Blue



Es una tienda en línea, que ofrece diversidad de accesorios para dama, artículos de belleza y hogar.

Opera en la misma zona geográfica que Saturno Store.

Están presentes en Instagram y Facebook.

Como plus para Saturno Store, esta tienda no ofrece perfumería.

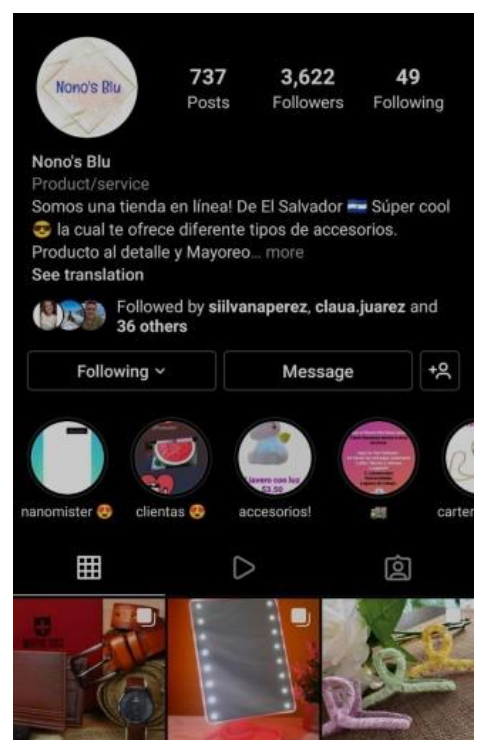
Su nicho en su mayoría solo cuenta con fotografías ilustrativas de los productos y pocos videos, no crean reels.

El logotipo no está presente en sus publicaciones.

No publica constantemente.

No utilizan hashtags y solo se enfocan en contenido de venta.

Sus publicaciones tienen bajas interacciones y solo responden por mensaje privado.



### ❖ Diana Banana

Es una tienda en línea, que ofrece diversidad de accesorios para dama y artículos de belleza.

Opera en la misma zona geográfica que Saturno Store.

Están presentes en Instagram y Facebook.

Como plus para Saturno Store, esta tienda no ofrece perfumería.

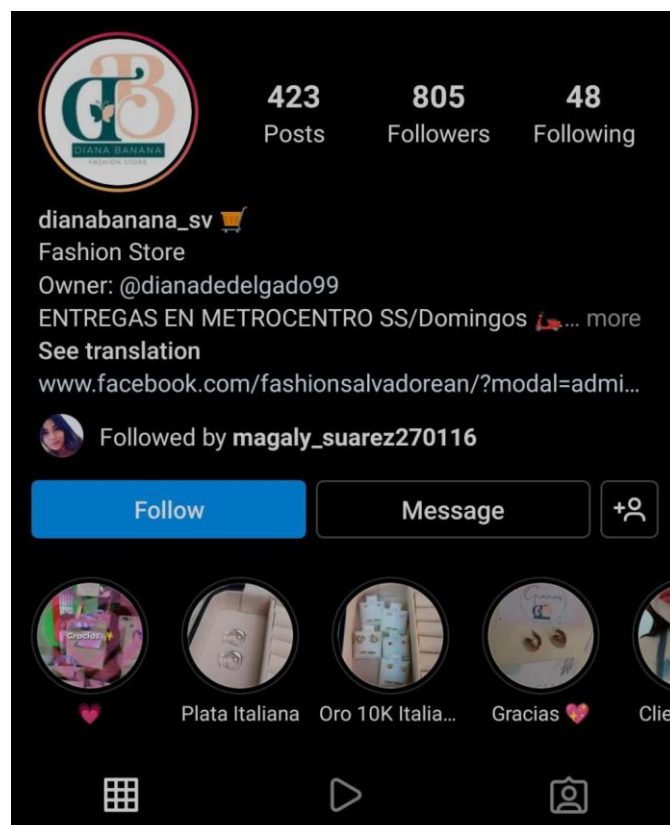
Sus nichos solo tiene fotografías

El logotipo no está presente en sus publicaciones.

Utiliza hashtags solo en algunas publicaciones.

Solo se enfocan en contenido de venta.

Publican constantemente.



## ❖ MY Variedades



Es una tienda en línea, que ofrece diversidad de accesorios para dama y artículos de belleza.

Opera en la misma zona geográfica que Saturno Store.

Están presentes en Facebook.

Su nicho solo cuenta con fotografías ilustrativas de los productos.

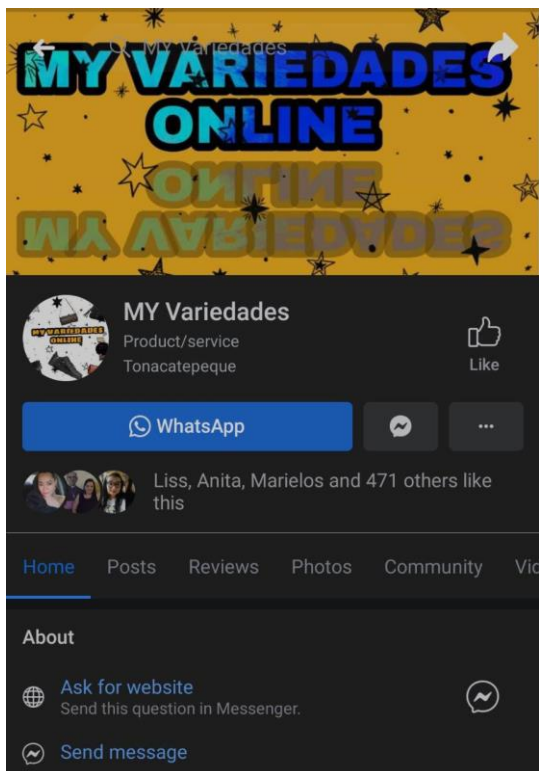
El logotipo no está presente en sus publicaciones.

No utilizan hashtags y solo se enfocan en contenido de venta.

Sus copys son largos y sin contenido, con muchos emojis.

Ofrecen perfumería pero no todas las marcas que tiene Saturno Store.

Sus productos solo están disponibles por encargo.





## VII. LÍNEAS DE CONTENIDO

Saturno Store trabajará 4 líneas de contenido



### 📌 Contenido de valor

Es contenido alojado en piezas gráficas u otros formatos que soporta la red social, que resulta ser interesante, llamativo y por ende capta la atención del público. Este tipo de contenido, permite mostrar a los clientes, valores agregados de nuestros productos y no lo vende directamente, sino que, despierta el interés y la necesidad del producto.

Se ha creado esta línea de contenido por los beneficios que se obtienen. Al crear contenido de valor, no estamos saturando a nuestro público de tanta publicidad, sino, dándole contenido útil a cerca de nuestro producto.

Se crearán formatos como historias, piezas gráficas para el feed, reels, que contengan capsulas informativas de los productos, ya sea un dato curioso, sus usos o tips.

### 📌 Contenido de venta

Este contenido sirve para publicitar, promocionar, monetizar o vender un producto o servicio.

Esta línea de contenido se llevará en sintonía con las demás, para poder promover y ofrecer la diversidad de productos que Saturno Store, tiene disponibles.

## **Contenido de entretenimiento**

Esta línea de contenido es creada para jugar/interactuar con las emociones de la comunidad digital, así mismo, para que pueda generarse interacciones a través de contenido entretenido.

## **Contenido de branding**

Son acciones alineadas al posicionamiento, propósitos y valores de una marca. Su objetivo es despertar sensaciones y crear conexiones conscientes e inconscientes, que serán cruciales para que el cliente elija la marca en el momento de decisión de compra.

## **KPI'S**

Key Performance Indicator o Indicador clave de rendimiento son utilizadas para evaluar el éxito de las acciones/ campañas. Son métricas que sintetizan la información sobre la eficacia y productividad.

KPI'S de Saturno Store:

- Aumento de comunidad online: cantidad de nuevos seguidores en Instagram.
- Fidelización de comunidad: cantidad de seguidores participando en dinámicas o publicaciones que generen conversación.
- Mejorar el engagement: número de acciones que genera interacciones de los seguidores con la marca (comentarios, likes, menciones, etc).
- Exposición del producto: mensajes privados y consultas sobre los productos.

Las KPI's serán revisadas mensualmente y se analizarán los resultados cada 6 meses.

## PROPUESTA DE PAUTA PUBLICITARA

### Lanzamiento y posicionamiento


#### Objetivos:

- Incrementar en número de seguidores.
- Promocionar el perfil de la marca.
- Incrementar la conversión en la tienda en línea.





Tipo de pauta	Objetivo	Propuesta	Presupuesto
Seguidores en Instagram	Aumentar los seguidores	Anuncio	40%
Posicionar marca	Aumento de seguidores y futuros clientes	Promover perfil	30%
Pos promoted	Atraer clientes	Publicaciones pautadas de los productos	30%

## VIII. CALENDARIO

Fecha	Horario	Formato	Línea de contenido	Copy	Screenshot de pieza gráfica/URL
01/10/2021	10:00	Story	Branding		
	12:00	Reel	Branding		<a href="https://saturnostore.sv">https://saturnostore.sv</a>
	16:00	Post	Branding	¡Nos sentimos emocionados! (emoji) A partir de hoy seremos tu tienda cool y favorita. (emoji) #Belleza #Accesorios #TiendaOnLine	
02/10/2021	10:00	Story	Branding		
	16:00	Story	Valor		
03/10/2021	9:30	Post	Venta	Que tus días huelan a éxito, con las colonias de la marca Cuba, puedes tener fragancias acorde a tu actividad diaria, ya sea si vas de paseo o al trabajo, combinando olores frescos o elegantes (emoji) #Cuba #Perfumes #Belleza	

	15:00	Story	Valor		
04/10/2021	10:00	Story	Valor		
	13:00	Reel	Branding		<a href="https://saturnostore.sv">https://saturnostore.sv</a>
	18:00	Post	Entretenimiento	Sabemos que esos días son de felicidad (emoji) #TiendaOnLine #SaturnoStore	
05/10/2021	9:30	Post	Venta	Las camisetas nos dan un look fresco, cómodo y chic. Tenemos variedad de camisas estampadas para damas y caballeros (emoji) Escríbenos a Whatsapp. (emoji) #Camisas #moda #belleza	

	17:00	Story	Valor		
06/10/2021	8:00	Post	Venta	Cada día luce un look diferente, sin miedo a que tu prendas se arruinen por agua o sudor. Diversidad de accesorios en acero inoxidable para damas y caballeros. (emoji) (emoji) #Belleza #Accesorios #AceroInoxidable	
	14:00	Story	Branding		
07/10/2021	8:30	Story	Venta		
	17:00	Post	Valor	El amor que merecemos (emoji) ¿Tú ya tienes tu otra mitad? #Amor #Accesorios #Belleza	

08/10/2021	10:30	Story	Venta		
	17:30	Reel	Valor		<a href="https://saturnostore.sv">https://saturnostore.sv</a>
09/10/2021	8:30	Story	Venta		
	16:00	Story	Valor		
10/10/2021	10:00	Reel	Valor		<a href="https://saturnostore.sv">https://saturnostore.sv</a>
	14:00	Post	Venta	Adorna tu cabello con estas preciosas coletas. ¡Pedí las tuyas ya! (emoji) #Belleza #Coletas #Accesorios #scrunchies	

## Referencias

- Essedi. (22 de junio de 2018). *La importancia de las redes sociales para tu empresa*. Recuperado el 15 de septiembre de 2021, de Essedi: <https://www.essedi.es/noticias/la-importancia-de-las-redes-sociales-para-tu-empresa-4565/#:~:text=Las%20redes%20sociales%20son%20un%20nuevo%20canal%20de%20negocios%20para,profesionales%20y%20de%20otro%20tipo%2C>
- Macias, A. (23 de mayo de 2019). Recuperado el 25 de agosto de 2021, de Qué es y cómo aplicar la estrategia digital en una empresa: <https://www.ecommerceefectivo.com/la-estrategia-digital-en-una-empresa/>
- Patricia, P. (12 de Marzo de 2020). *Cómo crear mi Buyer persona y qué herramientas necesito para hacerlo*. Recuperado el 10 de septiembre de 2021, de We are marketing: <https://www.wearemarketing.com/es/blog/como-crear-mi-buyer-persona-y-que-herramientas-necesito-para-hacerlo.html>
- Redacción. (N/A de N/A de N/A). *¿Qué son los KPIS?: definición, claves y ejemplos*. Recuperado el 28 de septiembre de 2021, de Eserp Business & Law school: <https://es.eserp.com/articulos/que-son-los-kpis/>