

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



**TÍTULO:**

**ESTRATEGIA DE MARCA: GOLDENROD PROJECT.**

**PRESENTADO POR:**

**JOSÉ ARMANDO CALDERÓN BARAHONA CB16001**

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN**

**“MEDIOS DIGITALES Y REDES SOCIALES”**

**PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADO EN PERIODISMO.**

**DOCENTE DEL CURSO:**

**LIC. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ.**

**VIERNES 15 DE OCTUBRE DE 2021.**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, EL SALVADOR.**

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.**

**RECTOR**

Mtro. Roger Armando Arias Alvarado

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

PhD. Raúl Ernesto Azcúnaga López

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

Ing. Juan Rosa Quintanilla

**SECRETARIO GENERAL**

Ing. Francisco Alarcón

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

**DECANO**

Mtro. Oscar Wuilman Herrera Ramos

**VICEDECANO**

Mtra. Sandra Lorena Benavides de Serrano

**SECRETARIO**

Mtro. Juan Carlos Cruz Cubías

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

**JEFATURA DEL DEPARTAMENTO**

Mtro. Carlos Ernesto Deras Cortez

**COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADO**

Mtro. Yupiltsinca Rosales Castro

<b>RESUMEN</b>	4
<b>INTRODUCCIÓN</b>	5
<b>SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA</b>	6
<b>INFORMACIÓN DE LA EMPRESA, MARCA Y DESCRIPCIÓN</b>	7
<b>OBJETIVOS DE LA MARCA:</b>	7
<b>FODA</b>	8
<b>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y REPORTE</b>	10
Capturas de posts de la competencia	10
Análisis	11
<b>Buyer persona</b>	12
<b>4- OBJETIVOS</b>	15
Generales:	15
Específicos:	15
<b>5- CANALES DIGITALES A UTILIZAR</b>	16
<b>6- LÍNEAS DE CONTENIDO</b>	17
<b>7- CUADRO RESUMEN DE LA LOGÍSTICA</b>	18
<b>8- KPI'S A MEDIR</b>	20
<b>9- CALENDARIO DE CONTENIDO</b>	21
<b>REFERENCIAS</b>	28

## **RESUMEN**

En esta estrategia digital, se marca como objetivo el posicionar una marca digital en el mercado salvadoreño, y vender a través de crear pauta digital y marketing de contenidos los servicios que como Goldenrod Project se provee. Se reflexiona sobre la razón de ser de la creación de la empresa, con el objeto de identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que marquen el quéhacer de las publicaciones y los servicios brindados.

La competencia será relevante reconocerla y analizarla, pues con esto se podrá identificar aquellos productos que llamarán la atención de la audiencia de la marca. A propósito de ello, se creará la figura de tres buyer persona, para conocer el contenido digital que se debe crear pensando en el público específico al que llegará y le interesará.

Se crean los objetivos con base a la primera investigación y se proyecta cuál es el mejor canal digital a utilizar para crear las líneas de contenido que más se adapten a los objetivos. Finalmente se identifican los Key Performance Indicator (KPIs) a medir y se produce un calendario completo para 15 días.

**Palabras clave:** estrategia digital, marca personal, marketing digital, contenido de valor, copys, piezas gráficas,

# INTRODUCCIÓN

Goldenrod Project es una marca personal que busca posicionarse como una empresa de creación de eventos competitivos de e-sports en el mercado salvadoreño. La meta de la estrategia digital es identificar el canal idóneo para conectar con su audiencia potencial y dar a conocer sus servicios utilizando marketing de contenidos, ventas e interacciones.

Nace por la poca consistencia existente en este mercado a nivel nacional y regional, donde el concepto de e-ports aún no está demasiado desarrollado, y más aún, son pocas las empresas dedicadas a ello.

Antecedente de la estrategia digital de Goldenrod Project:

Se identifican las redes sociales a utilizar, en este caso, Facebook e Instagram y se optimizan los perfiles para lograr posicionamiento SEO. El proyecto ya cuenta con logo, y línea gráfica para utilizar, los cuales son los colores dorados y grises. Bajo dicho concepto se realizará las diferentes piezas gráficas.

La razón e historia de Goldenrod Project también es dicha en esta estrategia. Los servicios que ofrece al público, análisis a la competencia, y también se realizan tres perfiles de buyer persona para la eficaz identificación del público objetivo para el cual construir contenido de interés.

Objetivos de la estrategia:

Se justificará la selección del canal digital a utilizar para la difusión del contenido de la empresa y se crearán las líneas de contenido que guiarán, y la producción del calendario de 15 días de Goldenrod Project, con copys, piezas gráficas e historias tanto de marketing de contenidos, venta, e interacciones

## *SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA*

La marca surge a inicios de 2018, en un ecosistema donde el ambiente competitivo de e sports, entre ellos, pokémon, estaba en auge y en rápido crecimiento en el el salvador. En ese ambiente surge la idea de crear una plataforma que acerque y unifique a las distintas manifestaciones de pokémon en el país (en ese entonces, vgc, tcg, pokémon go y pokkén tournament) y alentara las formas competitivas de estas a través de talleres de enseñanza y creación de eventos.

### *FACEBOOK:*

[HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/GOLDENRODPROJECT](https://www.facebook.com/goldenrodproject)

### *INSTAGRAM:*

[HTTPS://WWW.INSTAGRAM.COM/GOLDENRODPROJECT/](https://www.instagram.com/goldenrodproject/)

# *INFORMACIÓN DE LA EMPRESA, MARCA Y DESCRIPCIÓN*

La marca se desarrolla a través de facebook e instagram. Formalmente consta de tres personas.

Los servicios que brinda son los siguientes:

- Creación de contenidos de valor
- Cobertura periodística de eventos presenciales de e sports que desarrollen pokémon
- Talleres educativos sobre el competitivo de pokémon
- Creación y logística de eventos virtuales o presenciales
- Estructuración de ranking nacional no oficial

OBJETIVOS DE LA MARCA:

- Crear una comunidad unificada donde emerjan todas las manifestaciones competitivas de pokémon (pokémon go, pokkén tournament, vgc, tcg pokémon unite, etc.)
- Hacer que el jugador promedio casual se interese y adentre en el ambiente competitivo a nivel nacional, y participe en torneos u otros eventos ya sea creados por la marca o en los que la marca apoye.

*FODA*



# FODA

## Fortalezas

- Dominio y especialización en los E Sports con enfoque de Pokémon.
- Buenas relaciones con empresas ya adentro del ambiente competitivo.
- Conocer a los principales protagonistas del competitivo a nivel nacional

## Debilidades

- Ausencia de diseñador gráfico especializado - No contar con un portal web -.
- Ocasionales déficits de presupuesto - El ambiente competitivo ha sido golpeado por la - pandemia

## Oportunidades

- La unificación de las comunidades es un terreno poco explotado no solo en el país sino a nivel regional.
- Creer a partir de un hobby que nos une con la comunidad que estamos creando.
- Los juegos de Pokémon tienen a TPCI que ampara de manera oficial la disciplina competitiva y motiva la creación de eventos

## Amenazas

- Pandemia que podría volver a apagar el ambiente competitivo de E Sports a nivel internacional

# ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y REPORTE

Página		Total de Me gusta	Esta semana	Publicaciones de	Interacción de esta semana
1	 <b>Pokémon Fans Guatemala</b>	11.2K 	▲ 100%	8	71 
2	 <b>Comunidad Smash Bros...</b>	2.4K 	▲ 100%	2	83 
3	 <b>PlayPokeSV</b>	1.5K 	▲ 100%	0	6 

Capturas de posts de la competencia

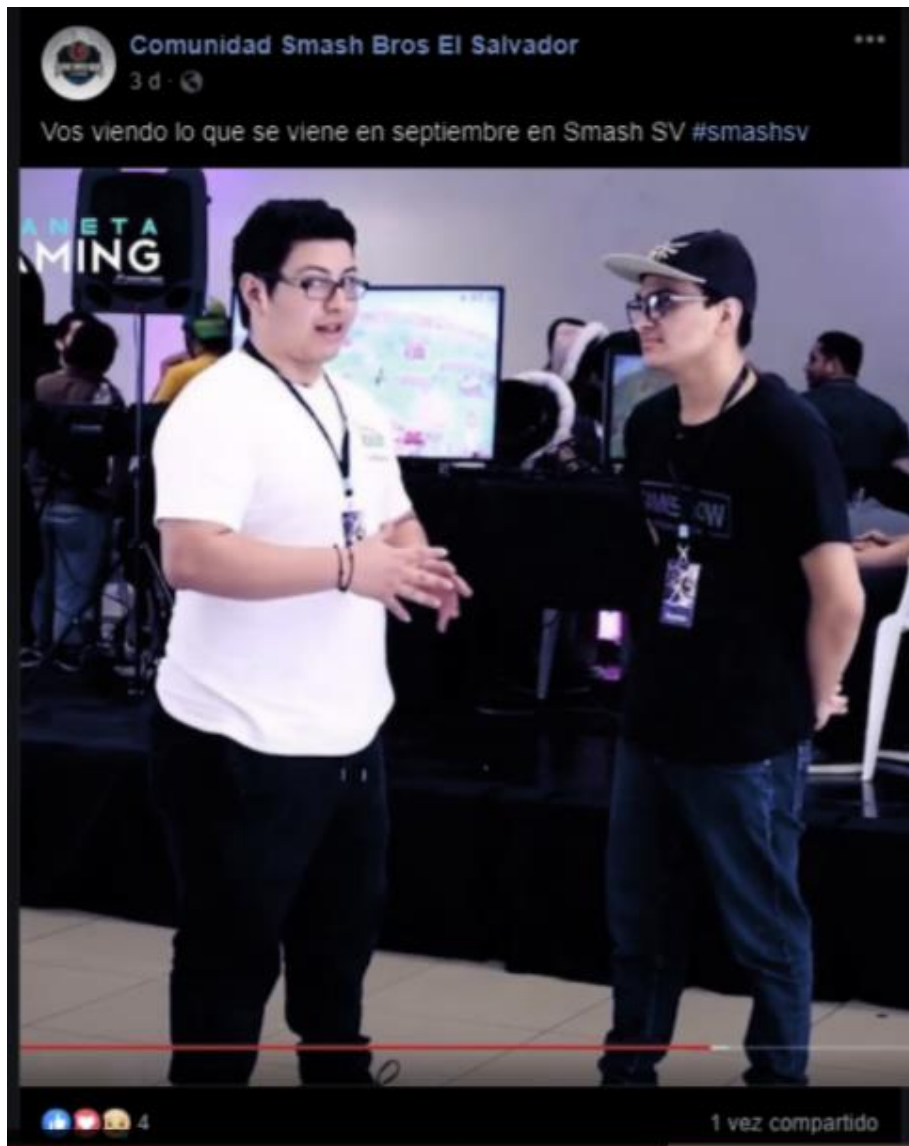


**Pokémon Fans Guatemala**  
2 d · 🌐

"El campeón" ("The Champion"), primer episodio de Evoluciones Pokémon, sobre la batalla final y los eventos que le preceden.

**El Campeón 🏆 | Episodio 1 de Evoluciones Pokémon**  
¿Qué ocurre en el corazón de un Campeón? ¿Dudas?...

4   1 vez compartido

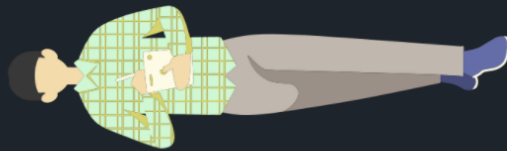


#### Análisis

La competencia local, los que a nivel regional buscan los mismos objetivos, tanto a ser medio de referencia de las distintas áreas de pokémon, como también organizadores de eventos locales, sus tasas de publicación son muy bajas. Se limitan mucho a informar sobre ciertas novedades de la franquicia, compartir memes con un humor muy interno a sus comunidades, y tampoco parecen pegar demasiado en cuestión de extender sus fronteras

# Buyer persona

## BUYERS PERSONA



**Nombre:** René Rodríguez

**Edad:** 27 años

**Resumen:** René es un jugador veterano de TCG. Comenzó a coleccionar cartas desde los 12 años, y ahora ocasionalmente visita a todos los torneos que se realizan. Ha visto crecer el ambiente competitivo y la interesaría ser más activo, poner en el asador toda su habilidad. Pero desconoce hasta qué punto se desarrollan torneos en el país.



Tiene 26 años, y juega Pokémon TCG desde los 12



Conoce Pokémon desde niño, y destaca en torneos de TCG



Vive en San Salvador con su familia. Le sale céntrico cualquier torneo que haya



Quiere que el competitivo de TCG destaque en la región, y poder competir deportivamente contra personas de su nivel

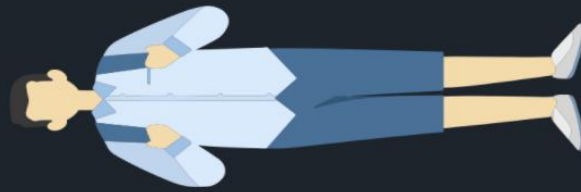


Trabaja en un call center. Tiene libre los fines de semana



No tiene la versatilidad para estar informando sobre todos los torneos que se hacen en el país

# BUYERS PERSONA



**Nombre:** Brian Aguirre  
**Edad:** 23 años

**Resumen:** Brian se subió a la moda de Pokémon Go en 2016 cuando salió el juego. Luego de eso, se quedó jugando ocasionalmente usando la app para hacer ejercicio. Ha visto que en la app puede jugar PvP contra otras personas, y que en otros países se hacen hasta torneos. Pero él desconoce como va todo eso, aunque se siente interesado.



Tiene 23 años y comenzó a jugar Pokémon Go por moda, y ahora lo usa para hacer ejercicio.



Nunca fue muy fan de Pokémon, pero se subió a la moda en 2016



Vive en Santa Tecla. Visita El Cafetalón todos los viernes por la tarde.



Ha visto y se ha interesado por el PvP y como en otros países se hacen torneos al respecto

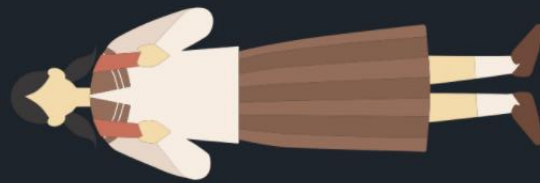


Es un estudiante universitario. Cuenta con mucho tiempo libre



Desconoce si en El Salvador se desarrolla algo así, además de no saber cómo funciona o qué debería aprender para desarrollarse competitivamente

# BUYERS PERSONA



**Nombre:** Alejandra Pineda  
**Edad:** 25 años

**Resumen:** Alejandra es una jugadora acérrima de Pokémon desde Rubí y Zafiro. Lleva comprando los juegos de la línea principal y algunos spin off desde siempre. Ahora juega Pokémon Escudo, y eventualmente hace combates en línea. A veces se acerca a los eventos donde vendan peluches de la franquicia, pero no se termina de interesar por jugar para competir



Tiene 25 años, y juega Pokémon desde su infancia



Juega casualmente a los juegos de la línea principal. Compra los juegos conformen van saliendo



Vive en Apopca con su familia



Va a eventos presenciales para comprar peluches de la franquicia. Ve que otros juegan el mismo juego pero con fines competitivos



Es estudiante de diseño gráfico, y a veces hace trabajos freelance de dibujo



Podría interesarse en competir. Ya lo ha hecho en línea. Pero no termina de adentrarse

## 4- OBJETIVOS

Generales:

- Lograr posicionarse en redes sociales como la marca regional más importante en tema de juego competitivo de Pokémon. Tanto a nivel informativo como de creación de eventos presenciales y virtuales.
- Generar participación activa de audiencias en la creación de eventos virtuales a lo largo de una campaña de relanzamiento.

Específicos:

- Llegar a los cinco mil "me gusta" en la página de Facebook, red social en la que nos enfocaremos más durante esta estrategia. Además de generar participación activa, representada en reacciones constantes en contenido de valor.
- Lograr un alcance de 10 000 personas de media por publicación en Facebook. Además, crear un evento en Facebook el cual cuente con al menos 300 personas manifestando su asistencia.

## 5- CANALES DIGITALES A UTILIZAR

### Facebook

Facebook es la plataforma de creación de comunidad por excelencia junto con las herramientas que también facilita para agilizar una comunicación multilateral y una gran variedad de contenidos. Es además el medio más cómodo para anunciar eventos y registrar asistencia. En este medio se compartirá el grueso de contenido de valor generado. Se harán los distintos anuncios de eventos.

### Instagram

Instagram es una herramienta de salida de contenido más fugaz y por tanto más personal con el cual enganchar a la audiencia.



## **6- LÍNEAS DE CONTENIDO**

### INFORMATIVO PROGRAMA PLAY! POKÉMON

Serie de publicaciones enfocadas en explicar el camino oficial para la participación en eventos clasificatorios del competitivo de Pokémon.

### INFORMACIÓN COMPETITIVA

Espacio enfocado para explicar los meta games (top de lo que se usa a nivel competitivo, consejos para jugar, generar espacios de diálogo con la audiencia)

### EVENTOS REGIONALES

Trazar la ruta competitiva que se desarrolla a nivel regional. El Salvador, Guatemala, Honduras. Distintos eventos que se están realizando a tiempo real, y resultados de los torneos presenciales o virtuales que se realicen.

## 7- CUADRO RESUMEN DE LA LOGÍSTICA


Fecha	Red social	Tipo de publicación
1 de octubre	Facebook, Instagram	1 post, 1 foto, 3 historias
4 de octubre	Instagram	1 foto, 5 historias
5 de octubre	Facebook	1 anuncio
8 de octubre	Facebook	1 post de pieza gráfica
9 de octubre	Instagram	1 reel
12 de octubre	Facebook, Instagram	1 video, 1 en vivo
13 de octubre	Instagram	1 video, 4 historias
16 de octubre	Instagram	3 historias
17 de octubre	Facebook	1 blog
20 de octubre	Facebook	1 encuesta
21 de octubre	Facebook, Instagram	1 post con pieza gráfica, 5 historias
24 de octubre	Facebook	1 Q&A
25 de octubre	Instagram	1 foto, 3 historias
28 de octubre	Facebook, Instagram	1 video, 1 reel, 4 historias


30 de octubre	Facebook, Instagram	1 video, 1 foto, 1 post con pieza gráfica, 5 historias
---------------	---------------------	---


## 8- KPI'S A MEDIR

<u>REACCIONES EN POSTS</u>	Conseguir una media de 1000 reacciones por post en facebook.
<u>SEGUIDORES EN FACEBOOK</u>	Llegar a una meta de 5 mil seguidores en la página principal de facebook.
<u>VISUALIZACIÓN DE REELS</u>	Reels que lleguen a 5000 visualizaciones
<u>INTERESADOS Y ASISTENCIAS A EVENTO</u>	Lograr 200 asistencias y 500 interesados en el primer evento virtual competitivo

## 9- CALENDARIO DE CONTENIDO


Fecha	Tipo de publicación	Copy	Pieza gráfica
1 de octubre	post con pieza gráfica Facebook Instagram	<p>¡Está de vuelta! Goldenrod Project ha salido de su <i>Descanso</i>, y volvemos con los <i>puntos de salud</i> al 100%.</p> <p>La página con la mejor información competitiva de #Pokémon a nivel regional está aquí.</p> <p>Y para celebrarlo lanzaremos un torneo con mucha diversión y premios.</p> <p>¡Mucha más información más adelante!</p> <p>#Relanzamiento #GoldenrodProject #PlayPokémon #SV</p>	


<p>4 de octubre</p>	<p>Post con pieza gráfica</p> <p>Facebook</p> <p>Instagram</p>	<p>#GuíaRápidaCompetitiva #Parte1</p> <p>En los próximos días estaremos hablándoles más sobre el programa #PlayPokémon.</p> <p>Como parte del equipo de Goldenrod Project, nuestros eventos forman parte del programa oficial competitivo de Pokémon a nivel mundial.</p> <p>Comparte esta publicación para saber que estás más interesado en saber cómo ir al Mundial de Pokémon Londres 2021.</p> <p><input type="checkbox"/></p>	 <p><b>Guía rápida del programa</b></p> <p><b>Play! Pokémon</b></p> 
---------------------	--	---	--


<p>5 de octubre</p>	<p>Post con pieza gráfica Facebook Instagram</p>	<p>#GuíaRápidaCompetitiva #Parte2</p> <p>Primero nos surge la pregunta. ¿Qué es el programa #PlayPokémon? ¿Para qué sirve? ¿En qué me beneficia?</p> <p>Muy simple, entrenador. El programa Play! Pokémon es el que une a la comunidad Pokémon de tu región, para competir en consola de videojuegos, o juego de cartas coleccionables. No solo podrás llegar y ganar premios que los organizadores darán, sino también cursos clasificatorios.</p> <p>¿Clasificatorios para qué? ¡Más información más adelante!</p>	<div data-bbox="1223 264 2029 347"> <h2>¿QUÉ ES PLAY! POKÉMON?</h2> </div> <div data-bbox="1294 395 1962 673"> <p>Es un programa creado para ti. Asiste a los eventos presenciales de <b>Play! Pokémon</b> y enfrente a los jugadores de la comunidad de videojuegos o de cartas coleccionables. Así podrás crecer mientras acumulas <b>puntos clasificatorios</b> para participar en el <b>Campeonato Mundial de Pokémon</b> que se realiza cada año.</p> </div> <div data-bbox="1294 711 1962 813"> <p>Además podrás conocer nuevas amistades, quienes te ayudarán a medir tus capacidades junto a tu equipo Pokémon.</p> </div> <div data-bbox="1223 703 2029 1023">  </div>
---------------------	--	--	--

8 de octubre	Post con pieza gráfic Facebook Instagram	<p>#GuíaRápidaCompetitiva #Parte3</p> <p>¿Quiénes forman parte del programa #PlayPokémon? ¿Cómo puedo participar? ¿Qué es un organizador?</p> <p>Los organizadores son personas aprobadas por The Pokémon Company International para generar eventos.</p> <p>Para participar en un evento es tan simple como llegar con tu consola o cartas coleccionables, y el organizador y los jueces te informarán sobre todo.</p> <p>Contarte también que en Goldenrod Project contamos con dos organizadores oficiales del programa Play Pokémon.</p>	<div data-bbox="1227 204 2033 411" style="background-color: #2c4e64; color: white; padding: 10px; text-align: center;"> <h2>¿CÓMO SE REALIZA?</h2> </div> <div data-bbox="1227 416 2033 1023" style="background-color: #2c4e64; color: white; padding: 10px;"> <p>Cada país dentro del programa cuenta con organizadores oficiales, a quienes se les asignará una cantidad de eventos para realizar. Para participar sólo necesitas presentar en los torneos tu Pop ID, tu identificación como jugador de videojuegos y cartas coleccionables. Si no posees uno, el organizador te lo proporcionará.</p> <p>Mantente informado sobre los organizadores en tu país, para que no te pierdas ningún evento.</p> </div>
--------------	---	--	---



<p>9 de octubre</p>	<p>Post con pieza gráfic Facebook Instagram</p>	<p>#GuíaRápidaCompetitiva #Parte4 Llegamos al final de esta serie informativa sobre el programa #PlayPokémon. ¿Recuerdas que te comentamos sobre un campeonato mundial? Pues no era ninguna mentira. Si tus puntos clasificatorios son los suficientes, tu esfuerzo se convertirá en la oportunidad de participar en el evento competitivo de Pokémon más importante del mundo: el #PokémonWorldChampionship. Este evento se realiza una vez al año, y en 2022 se celebrará en Londres, Inglaterra. ¿Nos vemos ahí?</p>	<div data-bbox="1227 252 2033 336"> <h2>¿CAMPEONATO MUNDIAL?</h2> </div> <div data-bbox="1272 371 1984 512"> <p>Así es. El programa Play! Pokémon cada año permite a los mejores jugadores de todo el mundo buscar coronarse como el campeón definitivo.</p> </div> <div data-bbox="1272 555 1984 735"> <p>Para esto, se realiza el torneo Pokémon más grande e importante del año. Un evento de gran magnitud en la que cientos de jugadores son invitados. El ganador no sólo se llevara gloria, sino también al Pikachu de Oro.</p> </div> <div data-bbox="1496 746 1760 1007">  </div>
---------------------	---	---	--

<p>12 de octubre</p>	<p>Anuncio Facebook Instagram</p>	<p>#Anuncio #TorneoOficial #TyranitarMidseason</p> <p>Para dar la bienvenida a jugadores veteranos y novatos, este mes lanzaremos el Tyranitar Midseason, nuestro primer evento competitivo virtual. Contaremos con torneo de Pokémon Espada y Escudo, y Juego de Cartas Coleccionables Online.</p> <p>Enfrentate a otras personas de tu nivel y bítete para ser el mejor que habrá jamás. En los próximos días estaremos compartiéndote información para que vayas armándote con la mejor estrategia y equipo infalible.</p> <p>¡Comparte este post para que sepamos que estás tan emocionado como nosotros!</p>	 <p>The graphic features a central yellow square with a blue border. At the top, the word 'Pokémon' is written in its iconic blue and yellow font. Below it is a green Tyranitar Pokémon with its mouth open, showing a pink tongue. Underneath the Pokémon is a yellow banner with the text 'TYRANITAR midseason' in black. The entire graphic is set against a white background with scattered teal and yellow triangles. In the bottom right corner, there is a dark grey banner with the text 'GOLDENROD PROJECT' and a small logo.</p>
----------------------	---	---	--

<p>16 de octubre</p>	<p>Post con pieza gráfica</p>	<p>#PokéHerramientas</p> <p>En esta primera edición te mostramos la herramienta más trascendental para los jugadores de Pokémon Espada y Escudo competitivo.</p> <p>En esta App podrás encontrar tu ranking de cada temporada. Ver quiénes son los jugadores más destacados de cada país o del mundo, y lo más importante:</p> <p>Qué Pokémon se están usando más, y cuáles son las builds que llevan.</p> <p>Con esta información sabrás qué es lo más fuerte del meta game, y prepararte para ello.</p> <p>¡Mucha suerte!</p>	 <p>#PokéHerramientas</p> <p>Pokémon Home App</p>
----------------------	-------------------------------	---	--

## REFERENCIAS

- **Shum, Yi Min, (2020)**, “Situación digital, Internet y redes sociales El Salvador 2020”. *Página web*. Disponible en: [www.yiminshum.com/social-media-salvador-2020/](http://www.yiminshum.com/social-media-salvador-2020/). Consultado el 9 de septiembre de 2021.
- **Hugo Rodríguez (2021)** “¡Domina el algoritmo de Facebook y acomoda el terreno a tu favor!”, *pagina web*. Consultado el 10 de septiembre de 2021. Disponible en <https://www.crehana.com/es/blog/marketing-digital/algoritmo-facebook-2021/>
- **Giraldo, Valentina, (2019)**, “Marketing de contenidos: la estrategia digital que debes conocer a profundidad”. *Página web*. Consultado el 10 de septiembre de 2021. Disponible en <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-de-contenidos/>.