

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



**TÍTULO:**

**ESTRATEGIA DIGITAL DE MARCA: TAKE IT**

**PRESENTADO POR:**  
WILLIAM ALEXANDER SANTOS GÁLVEZ

**CARNÉ:**  
(SG13017)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN DE MEDIOS  
DIGITALES Y REDES SOCIALES PARA OPTAR AL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN PERIODISMO**

**DOCENTE ASESOR:**  
LICENCIADA SILVIA MARIA ESTRADA

**COORDINADOR GENERAL DE LOS PROCESOS DE GRADO:**  
MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA,  
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, MARTES 28 DE JUNIO DEL 2022**

**AUTORIDADES DE LA 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 PENA LARÍN

**FISCAL GENERAL**

LIC. LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE

**DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

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

MSC. ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

**DECANO**

LICDA. SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

**VICEDECANA**

MSC. JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS

**SECRETARIO DE LA FACULTAD**

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

MSC. CARLOS ERNESTO DERAS

**JEFE DE DEPARTAMENTO**

MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**COORDINADOR GENERAL DE LOS PROCESOS DE GRADO**

LIC. SILVIA MARÍA ESTRADA

**DOCENTE ASESOR DEL PROCESO DE GRADO**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por haberme guiado en todo el camino hasta culminar uno de mis sueños más anhelados, el graduarme de la Universidad de El Salvador. Por darme sabiduría, entendimiento y fortaleza para no rendirme y alcanzar mi meta a pesar de los cientos de obstáculos que uno a uno fueron superados.

A mi padre William Santos, que es un orgullo ser su hijo y darle la felicidad de ser el primero de su familia en convertirse en un profesional. Gracias padre por todos tus esfuerzos que valieron la pena, por tu trabajo arduo y disciplina que me ayudaron a ser el hombre que hoy soy. Te amo padre.

A mi madre, Marlene de Santos, por darme su amor incondicional y ese apoyo que me permitió estar de pie hasta lograr mi meta. Gracias madre por tu paciencia, amor y cariño, sin ti esto no sería posible. Te amo madre.

William Alexander Santos Gálvez.

## ÍNDICE

<b>RESUMEN .....</b>	<b>v</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>vi</b>
<b>SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA .....</b>	<b>7</b>
<b>ESTRATEGIA DE CONTENIDOS .....</b>	<b>8</b>
<b>ANÁLISIS FODA.....</b>	<b>10</b>
<b>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....</b>	<b>11</b>
<b>BUYER PERSONA i, ii y iii .....</b>	<b>15</b>
<b>Objetivos Generales y Específicos.....</b>	<b>18</b>
<b>CANALES DIGITALES.....</b>	<b>19</b>
<b>LÍNEAS DE CONTENIDO. ....</b>	<b>20</b>
<b>Cuadro resumen de la logística y trabajo a realizar mensualmente.....</b>	<b>21</b>
<b>KPI´s:.....</b>	<b>22</b>
<b>CALENDARIO DE PUBLICACIONES.....</b>	<b>23</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>27</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>28</b>

## RESUMEN

En el presente trabajo se desarrolla una estrategia digital de marca comercial, en el cual se desglosa paso a paso el camino a seguir en redes sociales de la tienda en línea Take it. El avance significativo del internet en el último siglo ha generado diversas formas de comunicarse. Con la aparición de las Redes Sociales, el ser humano se convirtió en un ser digital, que vive conectado a internet en busca de satisfacer su necesidad de entretenimiento, apegado a sus intereses personales. Tanto las empresas como los nuevos profesionales se actualizan constantemente en el área digital, para poder alcanzar diversos objetivos comerciales y/o de crecimiento. Este trabajo es un componente clave en el proceso de crecimiento de la tienda Take It, que de ser efectivo, ayudará a fortalecer las ventas pues permitirá mostrar los beneficios del producto a los clientes potenciales aplicando el marketing de contenido. Este enfoque busca posicionar y hacer crecer la marca en redes sociales por medio del engagement y técnicas como el SEO, así como también la fidelización del público con la marca.

**Palabras clave:** Engagement, estrategia digital, marketing de contenidos, redes sociales, SEO

## INTRODUCCIÓN

El Marketing Digital es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. Con la Web 2.0 nace la posibilidad de compartir información fácilmente gracias a las redes sociales y a las nuevas tecnologías de información que permiten el intercambio casi instantáneo de piezas que antes eran imposibles, como fotos y vídeos.

Estrategias como el Search Engine Optimization (SEO), Inbound Marketing y el Marketing de Contenido, permiten a las marcas llegar a la mayor cantidad de personas posibles, clientes potenciales que de ser correctamente abordados llegarán a consumir el producto y a ser fieles a la marca.

El presente trabajo tiene como finalidad determinar la estrategia digital de la marca Take It; la cual es una tienda de ropa americana completamente en línea. Con el fin de posicionar la marca, fidelizar los clientes y lograr la venta de los productos.

Dejando claro que este trabajo no es una investigación como tal, sino una práctica final sobre los conocimientos obtenidos en el Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales. Por lo cual, este trabajo presenta paso a paso el camino a seguir al momento de ejecutar una estrategia digital.

El trabajo culmina con la presentación de un calendario de contenido, en el cual se determinan las publicaciones en Facebook e Instagram, que van desde las fotos, vídeos, reels, historias, entre otros.

## SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

TAKE IT nació como una tienda en línea el 1 de noviembre del 2020, con la finalidad de brindarle a la población masculina la posibilidad de vestir ropa de marcas reconocidas a precios accesibles. Es una empresa creada por iniciativa de William Santos, como una alternativa para generar ingresos.

## CREACIÓN DEL LOGO DE LA MARCA.



La marca cuenta con un imagotipo conformado por el símbolo de un bigote, que representa al hombre, más el nombre de la marca (TAKE IT) y una frase representativa "Men's Clothing".

En busca del público ideal, Take it se posicionó en dos de las redes sociales más utilizadas por los salvadoreños y la población adulto joven.

## POSICIONAMIENTO DE LA MARCA

INSTAGRAM: es una red social que permite a la marca subir fotografías y videos del producto, así los usuarios encontrarán fácilmente las prendas de la tienda y estas son expuestas de forma visualmente atractivas.

URL: <https://www.instagram.com/takeitsv/>



@TAKEITSV

FACEBOOK: es una red social que permite interactuar con una gran cantidad de público y nos brinda muchas herramientas de difusión de contenido.

URL: <https://www.facebook.com/takeitsv/>



@TAKEITSV

## **ESTRATEGIA DE CONTENIDOS**

Para las publicaciones en redes sociales, se ha pensado crear contenido de valor enfocado en el cuidado de la ropa; así como también brindar ideas de estilo para que nuestro público vista a la moda. Las periodicidades de las publicaciones serán especificadas en el calendario de publicaciones.

### **Información de la empresa**

#### **¿Qué es el producto?**

Los productos que vendemos son camisas, camisetas, chaquetas, pantalones, y shorts de marcas reconocidas provenientes de tiendas de ropa americana.

#### **Ubicación.**

TAKE IT es una tienda de ropa en línea, actualmente no posee local ni se tienen planes a corto plazo de contar con ubicación física.

#### **Distintivos.**

La marca cuenta con un imago tipo conformado por el símbolo de un bigote, que representa al hombre, más el nombre de la marca (TAKE IT) y una frase representativa "Men's Clothing".

## Productos y precios.

Entre los productos que podemos encontrar en la tienda TAKE IT se encuentran chamarras, chumpas, camisas, camisetas, suéteres, sacos, etc., ropa de moda de marcas reconocidas como H&M, Dolce & Gabbana, Mango, Balenciaga, entre otras.

Todas nuestras prendas son seleccionadas por expertos conocedores de moda; posteriormente son preparadas para la venta.

### PRODUCTOS Y PRECIOS

El rango de precios de nuestros productos van desde los \$5 a \$20 dólares, dependiendo de la prenda que el cliente solicite.



## Objetivos comerciales.

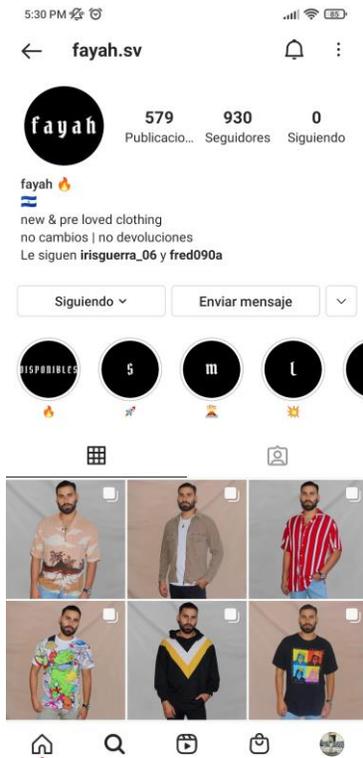
- Ofrecer a nuestros clientes prendas de marcas reconocidas a precios accesibles.
- Resolver la necesidad de vestimenta de nuestros clientes.

## ANÁLISIS FODA

<b>TAKE IT ANÁLISIS FODA</b>	
<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad en el catálogo de prendas.</li> <li>• Bajo costo del producto y facilidad de obtenerlo.</li> <li>• Precios Accesibles de venta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La marca no atrae a todos los grupos.</li> <li>• El contenido en línea necesita atraer más tráfico.</li> <li>• Envíos limitados a zona metropolitana.</li> <li>• Bajo presupuesto para la creación de contenido audiovisual.</li> </ul>
<b>Amenazas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La competencia está constantemente innovando.</li> <li>• Inestabilidad económica.</li> <li>• Aumenta el número de tiendas destinadas a este rubro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tendencia del mercado al alza.</li> <li>• Mayor difusión en redes sociales.</li> <li>• Muchos clientes por repetición promueven el negocio.</li> </ul>

## ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

### Fayah.

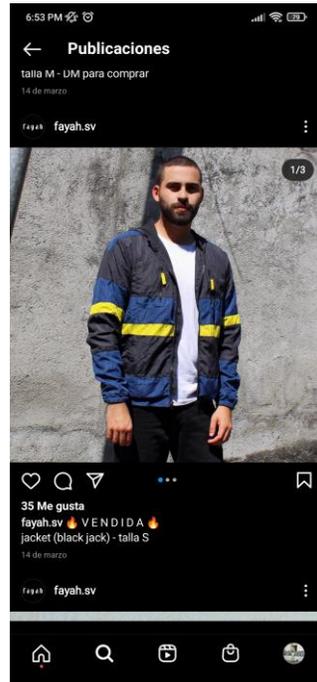


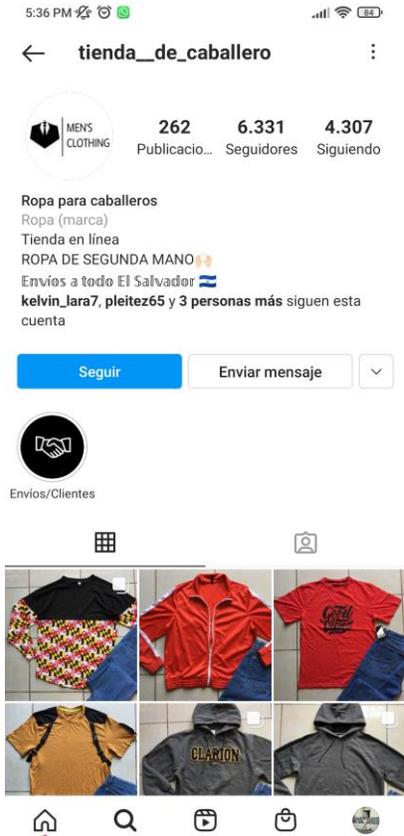
Es una tienda en línea de ropa de segunda mano para caballeros. Publica solo en Instagram con una periodicidad de dos veces al mes.

Tiene una cantidad considerable de seguidores (930). Sus publicaciones reciben un promedio de 10 me gusta por publicación. Cobro extra por envío.

No crean contenido de valor, pero la forma en que publican las prendas son muy llamativas, utilizan bien las paletas de colores y son creativos combinando las prendas.

### Mejores publicaciones.





## Men's Clothing.

Tienda de ropa de segunda mano para caballeros. Publica solo en Instagram con una periodicidad de 1 vez al mes; por lo cual, el interés de sus seguidores puede disminuir al no ser refrescado el perfil con contenido novedoso periódicamente. Deja lapsos de tiempo muy largos entre cada publicación.

Tiene una cantidad grande de seguidores (6331), pero sus publicaciones no superan los 20 me encanta.

No crea contenido de valor; la forma en que presentan las prendas no es muy atractiva, la ropa se ve maltratada.

## Mejores publicaciones.



## Chevere Man 503.



Tienda de ropa americana para caballero. Publica solo en Instagram con una periodicidad de 1 vez al mes. La mayoría de sus seguidores son hombres,

Posee 1292 seguidores, pero sus publicaciones no superan los 10 me encanta. Probablemente porque presenta la ropa de forma poco atractiva. Diseño poco atractivo.

No crea contenido de valor. Todas sus publicaciones son enfocadas a la venta. Esto dificulta el poder fidelizar a los potenciales clientes al no recibir contenido de valor que aporte ya sea a su necesidad de información, recreación o de suplir la necesidad de vestimenta.

## Mejores publicaciones.



**Tabla resumen de la competencia.**

<b>TABLA RESUMEN DE LA COMPETENCIA</b>					
<b>Marca</b>	<b>Instagram</b>	<b>Cantidad de seguidores</b>	<b>Contenido de valor</b>	<b>Publicaciones por mes</b>	<b>Precio</b>
Fayah	Sí	930	No	2	\$\$
Men's Clothing	Sí	6331	No	1	\$\$
Chevere Men 503	Sí	1292	No	1	\$\$

## **BUYER PERSONA i, ii y iii**

### **1. David Aguilar (Director Creativo).**

David es un director creativo de una agencia de publicidad. Tiene 30 años y vive en San Salvador con sus padres. Contantemente anda en busca de ropa casual para salir con sus compañeros de trabajo, le gusta la ropa casual sin caer en la informalidad.



Utiliza mayormente Instagram para realizar sus compras, busca desde ropa hasta accesorios de moda. Estudió en el extranjero la Licenciatura en Marketing Digital.

Gana USD\$1500 al mes, pero no le gusta gastar mucho en ropa de marca. Sus padres lo presionan para que se case y forme un hogar. Tiene miedo de no encontrar a la persona ideal.

## **2. Manu Rios (Teleoperador).**

Manu lleva 2 años trabajando en el rubro de las telecomunicaciones, desde que dejó sus estudios universitarios. Tiene 20 años y vive estresado por la presión que ejerce su supervisor de llegar a la meta en ventas.



Tiene un salario de USD\$900 al mes. Alquila un cuarto en Antigua Guatemala. Le gustan los videojuegos, las series de ciencia ficción y es amante de los carros.

Pasa la mayor parte de su tiempo libre navegando por Instagram buscando ofertas de ropa para las salidas nocturnas con sus amigos, le gusta la ropa cómoda y deportiva.

Manu espera retomar sus estudios de Licenciatura en Contaduría Pública, solo busca la manera de organizar su horario de trabajo con la universidad.

### 3. Miguel Silvestre (Gerente de Recursos Humanos).

Miguel es un hombre de 40 años amante de las obras de teatro, el vino y la buena compañía. Vive con su esposa y dos hijos en una residencial de Santa Elena.



Vive estresado por estar al mando de más de 50 trabajadores. Mira videos en Instagram Reels para distraerse, de paso le gusta visitar páginas de ropa formal, pero también le gusta vestir chaquetas de cuero y denim.

Tiene un salario de USD\$ 2500 mensuales, le gusta ahorrar. Su esposa e hijos son su mayor prioridad. Planea viajar por el mundo cuando se jubile.

## **Objetivos Generales y Específicos.**

### Objetivos Generales:

- Incrementar la cantidad de seguidores de Take it en Facebook e Instagram.
- Aumentar en nivel de interacción de los seguidores hacia el contenido de las publicaciones.

### Objetivos Específicos:

- Realizar Content Marketing para atraer, adquirir y llamar la atención del público con el objetivo de impulsarles a ser futuros clientes.
- Generar mayor cantidad de tráfico en ambas redes sociales.
- Fidelizar nuestro público
- Evaluar la estrategia digital por medio de las KIP'S de Facebook e Instagram.

## CANALES DIGITALES.

### **Facebook (2.740 millones de usuarios activos).**



Facebook tiene un gran potencial para desarrollar la marca, puesto que la capacidad de incrementar la visibilidad de Take it y crear engagement es elevada.

Facebook nos permite tener mayor contacto con nuestros clientes; además de ser la red social más usada en El Salvador, lo cual garantiza un alcance mayor que en otras redes sociales.

De acuerdo con datos de Datare portal, hay 4 millones de usuarios de Facebook en El Salvador, lo que significa que el 79.8% de su población es potencialmente alcanzable con publicidad desde esta plataforma. 2.8 millones de ellos también son alcanzables con publicidad en Facebook Messenger.

### **Instagram (1.221 millones de usuarios activos).**



Esta red social representa un abanico de posibilidades para lograr esa conexión con nuestro target siendo más creativo visualmente.

Instagram permite el uso de hashtags para aumentar el alcance de nuestras publicaciones y conseguir mayor visibilidad.

Nos permitió categorizar nuestro perfil más fácilmente, ofrece estadísticas y está vinculado con nuestra página de Facebook. Las prendas que vendemos se presentan de forma creativa en las historias, post y reels.

Instagram es muy popular entre los adultos jóvenes, nuestro buyer persona; y con los adultos de edad media que también son uno de nuestros buyer persona.

## **LÍNEAS DE CONTENIDO.**

### **Marketing de contenido.**

Publicaciones sobre beneficios del comprar ropa de americana, consejos sobre el cuidado de la ropa, consejos de combinación de prenda.

### **Venta.**

Campaña de publicación del catálogo de prendas dos veces al mes, promociones de 3x1 en ropa seleccionada.

### **Branding.**

Publicaciones sobre historia de la marca, horarios de atención y el detrás de cámara de las producciones fotográficas.

**Cuadro líneas de contenido.**

<b>Marketing de Contenido</b>	<b>Venta</b>	<b>Branding</b>
Beneficios de comprar ropa americana	Campaña de publicación del catálogo de prendas	Historia de la marca
Consejos del cuidado de la ropa de color y blanca	Promociones del 3x1 en ropa	Horarios de atención
Consejos para aprender a vestir		Detrás de cámara de la producción

**Cuadro resumen de la logística y trabajo a realizar mensualmente.**

<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miércoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>	<b>Sábado</b>	<b>Domingo</b>
Marketing de contenido	x	Marketing de contenido	Dinámica	Venta	Venta	Promociones
Marketing de contenido	x	Marketing de contenido	Dinámica	Venta	Venta	Promociones
Marketing de contenido	x	Marketing de contenido	Dinámica	Venta	Venta	Promociones
Marketing de contenido	x	Marketing de contenido	Dinámica	Venta	Venta	Promociones

**KPI's:** Key Performance Indicator, cuyo significado es Indicador Clave de Desempeño o Medidor de Desempeño, los KPI's hacen referencia a una serie de métricas que se utilizan para sintetizar la información sobre la eficacia y productividad de las acciones que se llevarán a cabo en la marca tomando en cuenta objetivos como:

- Aumento en número de seguidores.
- 50% de visitas orgánicas.
- Utilización de 3 a 5 palabras claves.
- Aumento en número de visitas al perfil con las stories y Reels.
- Uso de 3 a 5 Hashtag.
- Segmentación de mi público.
- Contacto directo por medio de DM o inbox con clientes potenciales.
- Aumento de reacciones y comentarios en las publicaciones.

**KPI's de Facebook:**

- Alcance.
- Me gusta y reacciones.
- Público.

**KPI's de Instagram:**

- Interacciones (cantidad de me gusta y comentarios).
- Cuentas alcanzadas.
- Seguidores.

## CALENDARIO DE PUBLICACIONES.

<b>Calendario de Contenido</b>				
<b>Mes de Octubre</b>				
<b>Fecha</b>	<b>Tipo de Contenido</b>	<b>Línea de Contenido</b>	<b>Facebook Copy</b>	<b>Instagram Copy</b>
Viernes 1	Publicación	Venta	¡Hoy es viernes de publicación! Descubre las fabulosas prendas de la nueva colección ¿quieres vestir a la moda? viste #takeit	¡Hoy se viste elegante! con la nueva colección de Take It sabrás como vestir a la moda con un estilo prolijo. No lo pienses más, viste #take it
Sábado 2	Publicación	Branding	Publicamos nuevas prendas los viernes a las 6:00 pm ¡Nuevos estilos!	Publicamos nuevas prendas los viernes a las 6:00 pm
Domingo 3	Historia	Promociones	Promoción 3x2 oferta válida en prendas seleccionadas	Promoción aprovecha nuestra oferta de 3x2 en artículos seleccionados
Lunes 4	Publicación	Marketing de contenido	Cuidado de la ropa blanca. Procura lavar la ropa con agua fría, luego pon detergente, añade media taza de vinagre, y al final, pon 2 cucharadas de bicarbonato de sodio. Verás como la ropa quedará blanca y reluciente.	Para mantener los blancos siempre vivos, debes lavar la ropa con agua fría, luego pon detergente y agrega dos cucharadas de bicarbonato. Notarás la diferencia #Takeit
Jueves 7	Historia	Dinámica	-	Dinámica para conocer la preferencia del target
Viernes 8	Publicación	Venta	Con la nueva colección de #takeit sabrás como vestir elegante y con el porte que siempre has tenido. ¡No lo pienses, viste Take	Porte, elegancia y buen ver en la nueva colección de #takeit Pregunta por tus prendas favoritas, mándanos un

			It! Pedidos por inbox o déjanos tus comentarios	mensaje o déjanos tus comentarios
Sábado 9	Historia	Branding	Publicamos nuevas prendas los viernes a las 6:00 pm ¡Nuevos estilos!	Publicamos nuevas prendas los viernes a las 6:00 pm
Domingo 10	Historia	Promociones	Promoción 3x2 oferta válida en prendas seleccionadas	Promoción aprovecha nuestra oferta de 3x2 en artículos seleccionados
Lunes 11	Publicación	Marketing de contenido	Cuidado de la ropa de color Usa agua fría... Clasifica la ropa. ... Usa siempre el ciclo de lavado adecuado. ... Lava a mano la ropa muy delicada. ... Usa productos especiales. ... Usa la cantidad adecuada de detergente. ... No sobrecargues la lavadora.	Aprende a vestir Layering. Layering es el arte de vestir en capas, sigue estos prácticos consejos y verás los resultados #layering
Viernes 15	Publicación	Venta	No pases frío durante los vientos de octubre, usa nuestros suéteres para que estés abrigado y a la moda. Pedidos por inbox. No lo pienses, viste #takeit	¡Se acercan los vientos de octubre! No pases frío con nuestra colección de abrigos. Pídelos por mensaje #takeit
Sábado 16	Historia	Branding	Publicamos nuevas prendas los viernes a las 6:00 pm ¡nuevos estilos!	Publicamos nuevas prendas los viernes a las 6:00 pm
Domingo 17	Historia	Promociones	Promoción 3x2 oferta válida en prendas seleccionadas	Promoción aprovecha nuestra oferta de 3x2 en artículos seleccionados

Lunes 18	Publicación	Marketing de contenido	¡Hoy se viste elegante! Con la nueva colección de Take It sabrás como vestir a la moda con un estilo prolijo. No lo pienses más, viste #take it	Crea contrastes con diferentes tonos del mismo color... Juega con las texturas. ... Usa accesorios poderosos. ... No te encasilles en un solo estilo.
Viernes 22	Publicación	Venta	Viste casual con la nueva colección de jeans 100% mezclilla auténtica. Viste #takeit pedidos por inbox	Viste esa chaqueta que siempre quisiste a precios accesibles. Haz tus pedidos por medio de inbox o déjanos tus comentarios #takeit
Sábado 23	Historia	Branding	Publicamos nuevas prendas los viernes a las 6:00 pm ¡nuevos estilos!	Publicamos nuevas prendas los viernes a las 6:00 pm
Domingo 24	Historia	Promociones	Promoción 3x2 oferta válida en prendas seleccionadas	Promoción aprovecha nuestra oferta de 3x2 en artículos seleccionados
Lunes 25	Publicación	Marketing de contenido	Se pueden combinar tranquilamente con jeans, pantalones vaqueros o de vestir. - Las camisas con cuadros más pequeños son las más elegantes, por lo que se pueden usar para una fiesta formal.	Layering parte 2. Combina una sudadera con una chaqueta de mezclilla
Viernes 29	Publicación	Venta	Con nuestra colección de ropa deportiva podrás realizar tus ejercicios sin complicaciones. No lo pienses, usa #Takeit	¡Hacer deportes nunca fue tan sencillo! Pregunta por nuestra colección de ropa deportiva a la medida. #takeit
Sábado 30	Historia	Branding	Publicamos nuevas prendas los viernes a las 6:00 pm	Publicamos nuevas prendas los viernes a las 6:00 pm

			las 6:00 pm ¡nuevos estilos!	
Domingo 31	Historia	Promociones	Promoción 3x2 oferta válida en prendas seleccionadas.	Promoción aprovecha nuestra oferta de 3x2 en artículos seleccionados.

## REFERENCIAS

Instagram de Take It

Take It [@takeitsv]. (s.f.). Instagram. Obtenido de <https://www.instagram.com/takeitsv/>

Instagram de Fayah

Fayah [@fayah.sv]. (s.f.). Instagram. Obtenido de <https://www.instagram.com/fayah.sv/>

Instagram de Chevere Man 503

Chevere Man 503 [@chevereman503]. (s.f.). Instagram. Obtenido de <https://www.instagram.com/chevereman503/>

Instagram de Men's Clothings.

Men's Clothing [mensclothingsv\_]. (s.f.). Instagram. Obtenido de <https://www.instagram.com/mensclothingsv/>

Asana. (2021, julio 1). Análisis FODA: Qué es y cómo usarlo. Asana. <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

Citar Instagram – Referencia Bibliográfica

Normas APA – 7ma (séptima) edición. (22 de febrero de 2022). Citar Instagram – Referencia Bibliográfica. <https://normas-apa.org/referencias/citar-instagram/>

## ANEXOS

Anexo 1



Anexo 2



Anexo 3



Anexo 4



Anexo 5



Anexo 6



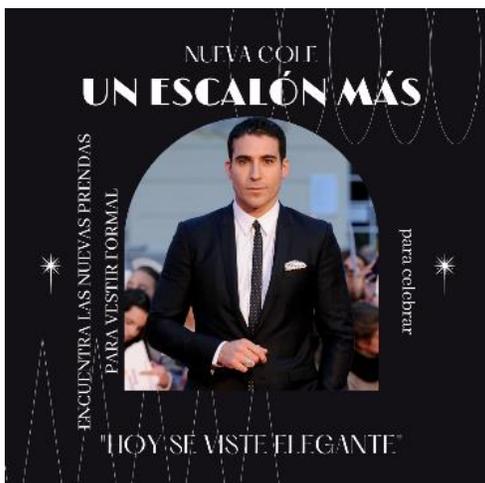
Anexo 7



Anexo 9



Anexo 11



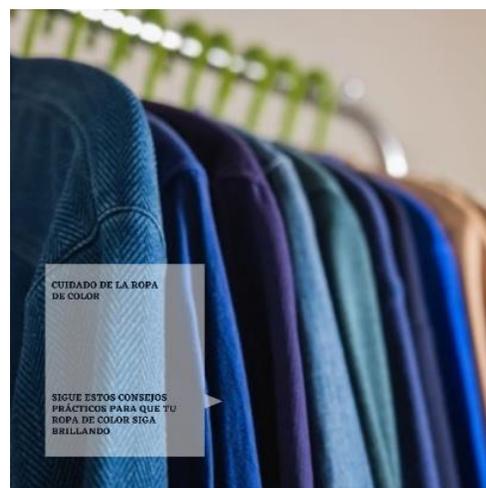
Anexo 8



Anexo 10



Anexo 12



Anexo 13



Anexo 15



Anexo 17



Anexo 14



Anexo 16



Anexo 18



Anexo 19



Anexo 21



- JERSEY DE CUELLO REDONDO O UNA SUDADERA
- CAZADORA O ABRIGO PREFERIDO

Anexo 23



Anexo 20



Anexo 22

