

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



**TÍTULO:**

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL: “YAYA STUDIO”**

PRESENTADO POR:

CARNÉ

GABRIELA CAROLINA RIVAS AZUCENA

(RA15044)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS DIGITALES Y  
REDES SOCIALES PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN  
PERIODISMO.**

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:**

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADO:**

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR,  
EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, 08 DE FEBRERO DE 2023**

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**RECTOR:**

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS

**VICERRECTOR ACADÉMICO:**

PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO:**

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA

**SECRETARIO GENERAL:**

FRANCISCO ALARCON

**FISCAL GENERAL:**

LICENCIADO RAFAEL HUMBERTO PEÑA LARÍN

**DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS:**

LICENCIADO LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE

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

**DECANO:**

MAESTRO ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

**VICEDECANA:**

MAESTRO SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

**SECRETARIO DE LA FACULTAD:**

MAESTRO JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

**JEFE DE DEPARTAMENTO:**

MAESTRO CARLOS ERNESTO DERAS

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN:**

MAESTRO YUPILTSINC AROSALESCASTRO

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:**

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios Todopoderoso, por su fidelidad, por su amor, su provisión y sus cuidados durante todo este proceso, quien me acompañó en noches de desvelo, de estrés, dándome la fuerza para seguir día a día. Gracias mi amado Dios por permitirme culminar una de mis metas soñadas, entiendo perfectamente que no hubiera sido posible sin tu ayuda y tu respaldo.

A mis padres Javier y Evelin de Rivas por apoyarme en todo momento desde que inicie cuando tenía 16 años, recuerdo todo el esfuerzo que hacías papá de ir por mi saliendo de tu trabajo, mamá por siempre estar conmigo en las noches de desvelo, acompañarme a lugares para hacer investigaciones y tareas, escuchar mis experiencias, gracias padres porque sé lo importante que es para ustedes verme como una profesional, les cumplí. En medio de toda dificultad puedo decir EBEN EZER. Y sé lo orgullosos que están de mí.

A mis hermanas, Michelle y Mayra por estar presente en esta etapa importante de mi crecimiento personal y académico, en todo momento me han brindado su apoyo incondicional para lograr este sueño.

Un agradecimiento especial a mi hermanito menor, Jonathan quien me apoyo incondicionalmente hasta el último día, animándome a seguir. Sé que es una pieza fundamental para el cumplimiento de mi más grande meta, te amo junior.

A mis amigos de la universidad Alejandro Brito y Aracely López que siempre estuvieron conmigo todos estos años, gracias. Y también a mi mejor amiga Nayeli Navarro, que siempre me apoyo, me animo a seguir adelante, gracias por siempre estar.

**Gabriela Carolina Rivas Azucena**

# ÍNDICE

## Contenido

RESUMEN .....	5
INTRODUCCIÓN .....	6
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA .....	8
LOGO DE LA MARCA .....	9
OBJETIVOS DE LA MARCA .....	9
• Objetivos Generales: .....	9
• Objetivos Específicos: .....	9
KPI'S .....	10
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA .....	12
FODA.....	14
REDES SOCIALES DE LA MARCA.....	16
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	17
BUYER PERSONA.....	22
CANALES DIGITALES Y LÍNEAS DE CONTENIDO .....	26
CALENDARIO DE CONTENIDO .....	32
REFERENCIAS.....	36

## RESUMEN

La creación de una marca personal va de la mano de una estrategia digital, que consiste en diseñar un plan de acción para el mejor posicionamiento del negocio o emprendimiento en las plataformas digitales. Este informe tiene como objetivo principal ayudar a que pequeños emprendedores, fundadores de marcas o dueños de negocios locales para que conozcan los pasos que se siguen para crear, difundir y posicionar una marca desde cero. Debido a que todas las personas pueden crear una marca personal o de negocio desde cero, esto de acuerdo a sus intereses, experiencias laborales, profesiones e incluso diversas habilidades, entonces esto permitirá que se le brinde al cliente potencial lo que la competencia no posee. Finalmente con los análisis que se han realizado durante este tiempo llevarán a que la marca se convierta en un referente en las redes sociales y lograr el máximo posicionamiento del negocio en las plataformas digitales.

**Palabras clave:** Marketing digital; redes sociales; KPI'S; plataformas digitales; estrategia digital.

## INTRODUCCIÓN

El marketing digital es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. Todas las técnicas del mundo off-line son imitadas y traducidas a un nuevo mundo, el mundo online. En el ámbito digital aparecen nuevas características como la inmediatez, la irrupción de las redes sociales y las herramientas que nos permiten hacer mediciones reales.

Asimismo, las redes sociales, actualmente, son sitios y aplicaciones que operan en niveles diversos como el profesional, de relación, entre otros pero siempre permitiendo el intercambio de información entre personas y/o empresas. El principal propósito de las redes sociales es el de conectar personas. Completas tu perfil en canales de social media e interactúas con las personas con base en los detalles que leen sobre ti. Es por ello que las redes sociales se denominan como una categoría de social media.

Además, la implementación de una estrategia digital son todas aquellas acciones que ejecutan una empresa u organización para aumentar presencia y relevancia en medios digitales como redes sociales, sitios web o incluso dentro de los motores de búsqueda como Google. La intención es atraer, convencer y fidelizar clientes potenciales y consumidores de una marca y lograr elevar las ventas de la compañía y aumentar su notoriedad en el segmento.

Por ese motivo, crear e implementar una estrategia es un factor clave del proceso de transformación digital de una organización y garantiza que la tecnología se está integrando de acuerdo a los objetivos generales y específicos del negocio.

El presente trabajo tiene como finalidad dar a conocer la estrategia de marca personal “YAYA STUDIO”, en la que ofrece servicios de asesorías para que las marcas posicionen su negocio en todas las plataformas posibles, creación de la identidad de la marca, todo lo relacionado al diseño gráfico.

Se aclara que este trabajo no fue una investigación como tal, sino una práctica final sobre los conocimientos adquiridos durante el Curso de Especialización en Medios Digitales y Redes Sociales. Por lo tanto, este trabajo no presenta capítulos sino que son los pasos a seguir para crear un plan de marketing para una marca personal.

Por lo tanto, el resultado final de este trabajo se da a conocer los objetivos generales y específicos de la marca, canales digitales a utilizar, líneas de contenido, planificación de contenido a publicar para 15 días en las redes sociales Facebook e Instagram y el calendario de contenido para cada red social con sus respectivas piezas gráficas.

## SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

Es importante tener claro el entorno donde se desarrollará un emprendimiento, marca o empresa, se deben conocer a detalles cuáles son sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, en pocas palabras realizar un FODA, con esa información que se adquiriera se obtendrán los puntos débiles y fuerte para nuestra marca y así poder tomar las mejores decisiones.

Es así como, *Yaya Studio* surge gracias al curso de especialización ya que eso impulsó para reordenar las ideas, siempre quise dedicarme a crear, diseñar y llevar acabo proyectos digitales. Inicie creando un logo para un negocio familiar, manejando las redes sociales y ahí descubrí lo mucho que me apasiona todo este rubro. También con unos amigos de mi municipio creamos un grupo en Facebook para emprendedores en 2020, hasta el momento el grupo sigue muy activo, creábamos videos de negocios, fotografías e impulsábamos la creación de sus redes sociales.

Ahora tengo mejor definido los servicios que ofreceré y una de las razones principales por las que me decidí fue pensado en los emprendimientos que necesitan mucho apoyo en el área digital como creación de logos, diseño, publicaciones, todo lo relacionado a redes sociales y a capacitar a los emprendedores en este tema. También todo lo relacionado con la gráfica expositiva (Promocionales, stand en ferias de emprendedores, etc.).

Yaya Studio actualmente está trabajando con emprendedores en el área de Quezaltepeque como marcas como JEGAR SUBLIMACIÓN, D' Rose Pizza, EA-KM Photography, CRUNCHY y DARK ROSE (en formación).



## LOGO DE LA MARCA

Está compuesto por el nombre de la marca "YAYA STUDIO" en tipografía: Jimmy Script.

La palabra BRANDING en tipografía: Ovo. Y una mariposa al costado derecho que tiene un significado importante para la creadora de la marca.



## OBJETIVOS DE LA MARCA

- **Objetivos Generales:**

1. Posicionamiento SEO de la marca Yaya Studio, Branding.
2. Ventas en el primer trimestre con un mínimo de 4 clientes.

- **Objetivos Específicos:**

1. Aumentar la interacción con las distintas líneas de contenido.
2. Obtener fidelización de los usuarios con la marca.
3. Incrementar seguidores cada semana en las 3 redes de la marca.
4. Mejorar la retención de clientes

## KPI'S

Hace referencia a una serie de métricas que se utilizan para sintetizar la información sobre la eficacia y productividad de las acciones que se lleven a cabo en un negocio con el fin de poder tomar decisiones y determinar aquellas que han sido más efectivas a la hora de cumplir con los objetivos marcados en un proceso o proyecto concreto.

Además, los KPI'S son conocidos como indicadores clave de negocio que pueden ser utilizados y aplicables en cualquier área de negocio y sector productivo, aunque son utilizados de una forma muy habitual en el marketing online.

1. **En 1 año:** *Quiero que mi marca este bien posicionada y sea reconocida en todo el país.*

- **KPI'S:** Aumento de comunidad online, este objetivo lo voy a medir por la cantidad de nuevos seguidores que se sumen en ambas redes sociales.
- **KPI'S:** Fidelización de comunidad: Este objetivo se va a medir por la cantidad de usuarios participado en dinámicas o publicaciones que generen conversación.

2. **En 2 años:** *Ganar notoriedad, aumentado el número de seguidores y de marcas a promocionar.*

- **KPI'S:** Fidelización de comunidad, este objetivo lo voy a medir en la cantidad de usuarios que participen activamente del contenido que se publique en las plataformas.

3. **Publicar contenido que tenga credibilidad para fidelizar clientes y seguidores.**

- **KPI'S:** Exposición del producto, este objetivo lo voy a medir por las consultas sobre los servicios de forma privada o pública.

4. **En 5 años:** *Contratar personal para colaborar en la creación de contenido, promoción de marcas y administración de redes sociales.*

- **KPI'S:** Aumento de comunidad online, Este objetivo se medirá por la cantidad de

nuevos seguidores en las redes sociales y dependiendo de eso voy a ver si es necesario contratar más personal o no.

5. Agilizar el proceso de producción de contenido mediante contratación anual de nuevos empleados.
  - **KPI'S**: Exposición del producto, se medirá por los mensajes privados y consultas sobre los servicios de forma privada o pública.

## DESCRIPCIÓN DE LA MARCA

“YAYA STUDIO” es un estudio creativo INTEGRAL, pretendemos desarrollar las marcas en todos los ámbitos: digital, medios, impresos, etc. Trabajamos en conjunto a las marcas de acuerdo a su presupuesto y así cumplir los objetivos de las marcas.

Para eso es necesario que los clientes potenciales conozcan los servicios que se ofrecen ya que hacer esto es un elemento vital para el buen funcionamiento de la marca, ya que tiene por objetivo atraer, desarrollar la imagen de pequeños negocios, brindar herramientas para su crecimiento, entre otros.

Este apartado se conforma por las características, funciones y valores por las que el producto se destaca: qué lo hace diferente y por qué da valor al usuario.

En este caso, YAYA STUDIO BRANDING, ofrece servicios en el área de marketing para las marcas, debido a su experiencia profesional y preparación académica han ayudado a que se tenga una variedad de servicios que se adaptan a las diferentes necesidades de diferentes empresas, negocios o emprendimientos.

### **SUS SERVICIOS SON:**

#### **1. ESTRATEGIA DE MARKETING 360°:**

*Implica toda la asesoría para que los emprendimientos, negocios o marcas se posicionen en todas las plataformas posibles.*

#### **2. IMAGEN CORPORATIVA:**

*Se refiere a la creación o rediseño de la identidad de la marca desde logos hasta línea gráfica completa.*

#### **3. DISEÑO GRAFICO:**

*Consiste en la creación de packaging, brochures, mockups, revistas, folletos publicitarios, menús para restaurantes, etiquetas, tarjetas de todo tipo, stickers, artículos promocionales (gorras, camisas, llaveros, lapiceros, lanyards, pop sockets, etc).*

#### 4. GRÁFICA EXPOSITIVA

*Es el montaje en lugares, creación de stands publicitarios, escenografías para eventos, creación de presentaciones, puntos de venta, decoración etc.*

#### 5. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

*Se ofrece un servicio completamente personalizado de acuerdo a las necesidades del cliente para así crear la estrategia ideal.*

*Fotografías, vídeo, contenido para redes sociales, etc.*

#### 6. PAQUETES ESPECIALES

**PAQUETES ESPECIALES**

**001: BRANDING BÁSICO**

INCLUYE: Moodboard, logo principal, logo secundario, paleta de colores, tipografías, mock-ups.  
La duración para trabajarlo será de 2 a 5 días.

**\$35.00**

**002: BRANDING ESPECIAL**

INCLUYE: Moodboard, logo principal, logo secundario, paleta de colores, tipografías, mock-ups, 5 highlights para instagram, 2 diseños de post  
La duración para trabajarlo será de 3 a 5 días.

**\$50.00**

**003: BRANDING COMPLETO**

INCLUYE: Moodboard, logo principal, logo secundario, paleta de colores, tipografías, mock-ups, 5 highlights para instagram, 3 diseños de post, tarjetas de presentación.  
La duración para trabajarlo será de 4 a 5 días.

**\$65.00**

## FODA

Un análisis FODA o DAFO es una herramienta diseñada para comprender la situación de un negocio a través de la realización de una lista completa de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Resulta fundamental para la toma de decisiones actuales y futuras.

Además, FODA es una herramienta muy valiosa para cualquier negocio, en tanto que da la pauta para conocer lo que se está haciendo bien y todo aquello que representa un reto actual o potencial.

- Las fortalezas en el análisis FODA, representan los puntos fuertes de una empresa. Se incluyen todos los aspectos positivos que emanen y de los cuales puede depender el futuro de la organización.
- Las oportunidades en el análisis FODA, representan todas las buenas oportunidades que tiene la empresa y de las cuales puede beneficiarse. Son todos aquellos aspectos internos que pueden ayudar a una organización a alcanzar sus metas.
- Las debilidades en el análisis FODA, representan los puntos débiles o aspectos negativos internos de una empresa. Estas dependen de la misma organización y la colocan en un punto desfavorable en comparación con sus competidores. Estas pueden ser falta de habilidades y experiencia o incluso equipo o tecnología.
- Las amenazas en el análisis FODA, son todos aquellos problemas, desafíos, obstáculos o dificultades por los que puede atravesar una empresa. Estas situaciones negativas pueden llegar a provocar problemas, conflictos o hasta poner en riesgo la permanencia de la organización.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Nuestra marca está siendo desarrollada por personas jóvenes que tienen fresco el conocimiento tecnológico. La marca ha crecido principalmente a través de las redes sociales y es algo que nos apasiona.</b></li> <li>2. <b>Nos capacitamos constantemente en temas de marketing digital, redes sociales, relaciones públicas y atención al cliente.</b></li> <li>3. <b>Somos una marca emprendedora por lo que nuestra propuesta de estrategias de marketing para marcas son muy variados y a precios accesibles.</b></li> <li>4. <b>Realizamos un servicio totalmente personalizado para cada negocio.</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gran alcance y uso de redes sociales, los negocios pueden crecer más rápido y obtener mejores resultados si se crea una buena estrategia para las redes. La información llega a más personas.</li> <li>2. El marketing actualmente se ha posicionado como “el centro de atención” y podremos poner en práctica nuestros conocimientos con posibles clientes.</li> <li>3. Se tiene la posibilidad de desarrollar tu negocio desde la comodidad de tu hogar, con asesoría de expertos se logrará un mejor posicionamiento en todas las plataformas digitales.</li> <li>4. La sociedad demanda respuestas y soluciones en tiempo real, debemos ser activos en el manejo de nuestras redes sociales.</li> </ol>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>En el municipio donde nos movemos es pequeño y los negocios también, entonces no deciden implementar el marketing a gran escala.</b></li> <li>2. <b>Los negocios podrían no entender el valor, la importancia de capacitarse en temas de marketing o poner en práctica algún material que se le brinde.</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Que una empresa grande, con muchos años de experiencia tenga mayor accesibilidad de contacto y pueda acaparar gran parte del mercado.</li> <li>2. Existe una posibilidad alta de que cada negocio realice su propio marketing a través de redes sociales sin recibir alguna capacitación.</li> <li>3. Hay una gran cantidad de empresas emergentes que ofrecen el mismo servicio.</li> </ol>

## REDES SOCIALES DE LA MARCA

Las redes sociales, en el mundo virtual, son sitios y aplicaciones que operan en niveles diversos como el profesional, de relación, entre otros, pero siempre permitiendo el intercambio de información entre personas y/o empresas.

Yaya Studio se creó bajo el propósito de ayudar a los emprendedores ofreciéndoles diferentes servicios para su fortalecimiento digital.

Los canales que posee son Facebook e Instagram:

- ✓ **Facebook:** Es la red social que tendrá más impacto.

Para cumplir con los objetivos se desarrollarán las siguientes estrategias:

- La creación de campañas con pago de PPC para que se generen comentarios, likes y compartidas de la página y más personas la conozcan.
- Se creó la línea gráfica para generar la vistosidad de la página.
- Se utilizarán fotografías de calidad cuando sea necesario.
- Se incluirán a emprendedores para que puedan dar testimonio de los resultados obtenidos del trabajo de YAYA Studio.
- Compartir contenido con cooperativas, organizaciones o fundaciones que apoyan a emprendedores y hacer viral la realización de diversas actividades en conjunto.



- ✓ **Instagram:** La red social en la que el contenido que se produce es totalmente visual y se puede tener más interacción con la comunidad por medio de esta plataforma.

Para cumplir con los objetivos se implementarías las siguientes acciones:

- Creación de post en formato carrusel de trabajos realizados (logos).
- Publicación con fotografías de eventos donde nuestro trabajo fue presentado. (Ferias de emprendedores)
- Alcanzar seguidores dentro del segmento de mercado.
- La creación y utilización de diversos hashtags para crear tendencia.





## ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El análisis de la competencia es el proceso que pone en práctica una empresa para saber cómo actuar en el ambiente competitivo, el cual empieza reconociendo a sus competidores para determinar cuáles son sus principales objetivos, estrategias, puntos débiles y fuertes.

Sin duda, para que las empresas alcancen el éxito en un mercado altamente competitivo, todas las decisiones relacionadas sobre estrategias y tácticas de marketing que van a implementar, deben fundamentarse con la forma de actuar y de reaccionar de los competidores.

Por otra parte, los aspectos más relevantes que las empresas deben conocer sobre sus competidores se basan en el conocimiento sobre sus productos, precios, procesos de comunicación y de distribución.

.De manera que, la competencia de la marca son 3 empresas/agencias de publicidad cada uno posee diferente estilo de servicios en sus marcas.

***“MB MARKETING, APOLA BRANDING, CONTENT”.***





@mbmarketing sv

[https://www.instagram.com/mbmarketing\\_sv/](https://www.instagram.com/mbmarketing_sv/)

1,712  
SEGUIDORES

206 POSTS



mbmarketing\_sv

Follow

Message

206 posts

1,712 followers

1,465 following

**MB MARKETING**

Marketing Agency

Hola soy BELÉN | ASESORA EN MARKETING

¡ENCARGADA DEL APOYO DE TUS REDES SOCIALES Y CRECIMIENTO DE TU MARCA EMPRENDEDORA!

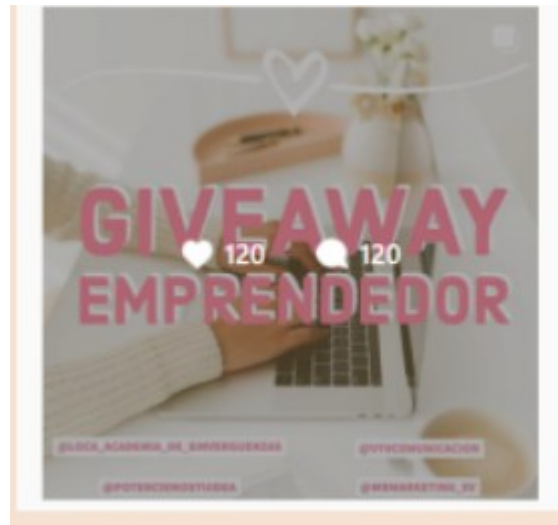
✉ MBMARKETINGSV@GMAIL.COM

*La primera publicación fue realizada el 13 de octubre de 2021 y la última el 6 de julio de 2022.*

Sus tipos de publicaciones consisten en crear reel motivacionales, mostrar servicios nuevos que ofrecen, post reflexivos, comparte tips y consejos de publicaciones para redes sociales.



**REEL MÁS VISTO**



**POST CON MÁS LIKES**



**@apolabranding**

<https://www.instagram.com/apolabranding/>

**1,024 SEGUIDORES**  
**42POSTS**

*La primera publicación fue realizada el 3 de enero de 2021 y la última el 2 de marzo de 2022*



Sus tipos de publicaciones consisten en crear publicaciones de consejos, post de curiosidades, post de trabajos realizados, reels con diferentes tips,



**REEL MÁS VISTO**



**POST CON MÁS LIKES**

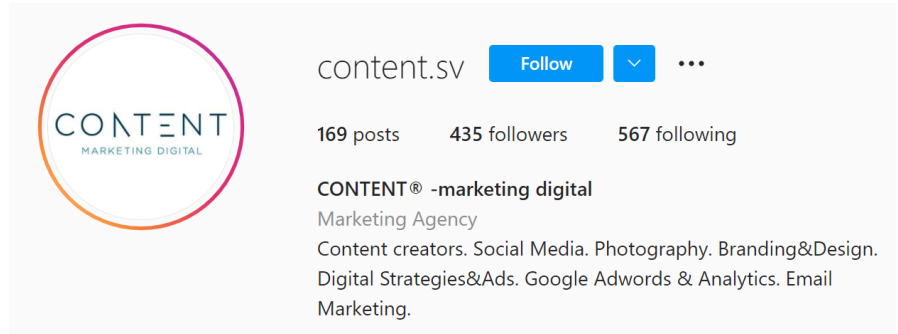


**@apolabranding**

<https://www.instagram.com/apolabranding/>

**435 SEGUIDORES  
169 POSTS**

*La primera publicación fue realizada el 3 de marzo de 2017 y la última el 1 de marzo de 2022*



Sus tipos de publicaciones consisten en publicar datos importantes, post de trabajos realizados, posts para conocer al personal, reels de trabajos realizados a diferentes clientes.



## **POST PARA CONOCER AL PERSONAL**

### **Análisis Final**

**@mbmarketing.sv**

En mi punto de vista es una cuenta bastante completa en cuando a servicios básicos de marketing. Ha desarrollado muy bien el contenido, desde post simples como una frase hasta reels muy bien elaborados, han sabido manejar muchas de las herramientas instagram bastante bien. En el poco tiempo que tiene de funcionar tiene un buen número de seguidores y clientes.

### **ASPECTOS PARA MEJORAR.**

En primer lugar la relación con los clientes potenciales a través de los comentarios en las publicaciones.

Mostrar un poco más de las marcas para las que ha trabajado ya que eso le permitiría que más negocios o emprendimientos adquieran sus servicios.

#### **Análisis Final**

*@Apolabranding*

Tiene un buen número de seguidores sin embargo, siento que aún hay detalles que están impidiendo que desarrollen mejor la marca ya que con más de 1K de followers puede hacer cosas extraordinarias en la red y creo que se ha quedado en la zona de confort. La forma de presentar los mockups es fabulosa, de una manera sencilla pero muy profesional.

### **ASPECTOS PARA MEJORAR.**

En definitiva fomentar que los usuarios tengan más interacción en la página a través de los comentarios, ya que en sus publicaciones es algo que no se ve.

Tal vez podrían ordenar el feed de una manera que sea más atractivo visualmente hablando y mantener siempre su línea gráfica.

#### **Análisis Final**

*@Content.sv*

Es una marca muy bien constituida, con personal altamente capacitado para desarrollar todos los servicios que ofrecen. Sin embargo poseen algunas deficiencias en su red social de Instagram uno de ellos es que cuesta discernir su línea gráfica ya que hacen uso de muchos colores. Podrían rediseñarla o darla a conocer nuevamente a través de los diseños y publicaciones que hacen.

Deben ordenar de una mejor manera el feed para que sea visualmente más atractivo ya que al entrar y empezar a ver las publicaciones hay algunas que tienen un mayor pop de color y otras más simples, deben equilibrarlo.

## BUYER PERSONA

Un buyer persona es una descripción abstracta de tu consumidor ideal. Se puede basar en datos cualitativos y cuantitativos de una investigación de mercado, competidores y perfiles de clientes existentes.

Sin embargo, generar un buyer persona no consiste en describir una potencial audiencia de compra de un negocio. Sino en generar un conjunto de datos que puedan ser utilizados por los departamentos de marketing, ventas y productos para crear campañas basadas en datos e inversiones inteligentes.

Además, conocer el comportamiento, gustos y trayectoria de nuestros clientes potenciales nos permite crear una comunicación más individualizada. Es decir, sabremos qué estilo utilizar, qué tipo de contenido compartir y en qué canales digitales se encuentra nuestro buyer persona.

Por lo tanto, los buyers persona de la marca son 3 en cual se investigó a personas de cadarubro como posibles clientes ideales, donde cada uno se encarga de buscar estos servicios en sus trabajos.





*Yaya Studio*  
BRANDING

# BUYER PERSONA

## Josué López

Empresario- Industria Textil

---

### DATOS PERSONALES

Edad: 48 años  
 Sexo: Masculino  
 Clase Social: Media  
 Ubicación Geografía: Santa Tecla, La Libertad.  
 Casado, con 2 hijos. Lic. en Administración de Empresas.  
 INGRESOS: Arriba de 1000\$



---



### SINOPSIS


Trabaja en el negocio familiar que tiene más de 30 años en el mercado Textil. Necesita reinventar concepto de marca, publicidad en redes sociales y aprender nuevas herramientas tecnológicas. Es una persona muy seria y responsable. Determinada y con ganas de mejorar la empresa.

### OBJETIVOS

- Aumentar la cantidad de distribuidores a nivel nacional.
- Aumentar el record de ventas.
- Mejorar y refrescar la marca.

### METAS

- Volverse una empresa conocida en redes sociales.
- Crear y administrar las redes sociales.



### Comportamiento en Internet

- Poco uso de redes sociales
- Hay cierta inseguridad en todo lo virtual/digital.
- Su equipo de trabajo si está más inmerso en la tecnología.
- Y el equipo más joven de la empresa si hace más cosas por medio de redes sociales.

---



### SUEÑOS

Abrir tienda virtual.  
 Hacer entregas más eficientes a nivel nacional e internacional.



### MIEDOS

Que las personas no acepten la nueva imagen de la empresa.

---



### PRODUCTOS O SERVICIOS


- Creación de Redes Sociales.
- Mejorar la línea gráfica de la empresa.
- Crear campañas de publicidad.
- Capacitar al personal sobre el uso y manejo de redes sociales.

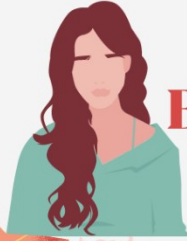


### EXPRESIONES NEGATIVAS

- "No sé si tenemos el personal para que cumpla con las responsabilidades del área digital".

NUESTRAS REDES SOCIALES:





# BUYER PERSONA

**Marielos González**

Emprendedora de Sandalias Artesanales

## DATOS PERSONALES

Edad: 27 años  
Sexo: Femenino  
Clase Social: Media  
Ubicación Geografía: Nejapa, San Salvador.  
Actualmente es madre soltera de un niño de 3 años.



## SINOPSIS

**Fundadora de una marca de sandalias artesanales.**

Está iniciando su carrera como emprendedora después de haber trabajado por 5 años en una empresa de atención al cliente, ahora quiere trabajar por su propia cuenta.



## OBJETIVOS

- Tener un emprendimiento exitoso.
- Posicionarse bien en el mercado digital.
- Tener distribuidoras a nivel nacional.

## METAS

- Conseguir nuevos clientes.
- Programar envíos departamentales.



## Comportamiento en Internet

- No ha terminado su carrera universitaria en "Administración de Empresas"
- Ha recibido cursos de emprendimiento.
- Conoce poco sobre el uso y manejo de redes sociales
- Le llama más la atención fotografías y videos, y utiliza la aplicación de whatsapp para las ventas que logra tener.



## SUEÑOS

Generar fuentes de empleo a madres solteras para que se vuelvan más independientes

## MIEDOS

No obtener rentabilidad en su negocio, que el servicio de encomiendas quede mal.



## PRODUCTOS O SERVICIOS

- Mejorar su logo y redes sociales. (FB e IG).
- Contenido multimedia para las redes. (Videos, fotografías, historias, reels).
- Capacitación básica sobre el uso de redes sociales.

## EXPRESIONES NEGATIVAS

- "No soy muy creativa".
- "No podría hablar ante la cámara para crear contenido".
- "Soy muy introvertida".
- "No sé si tendré tiempo para participar de los cursos".



NUESTRAS REDES  
SOCIALES:







# BUYER PERSONA

## Andrea Lima

Emprendedora de Joyería

### DATOS PERSONALES

Edad: 24 años  
Sexo: Femenino  
Clase Social: Media  
Ubicación Geografía: Quezaltepeque, La Libertad  
Estudiante de Relaciones Internacionales.



### SINOPSIS



Estudiante de 4 año de Relaciones Internacionales, muy sociable y amigable. Decide emprender para generar ingresos extras y costear su carrera.

Una joven muy extrovertida y dinámica a parte muy autodidacta.

### OBJETIVOS

- Ser una tienda en línea con envíos a todos los departamentos del país.
- Lograr un mayor alcance en redes sociales.

#### METAS

- Conseguir nuevos clientes.
- Mejorar la forma de entrega de sus productos.
- Tener diferentes puntos de distribución en la zona de San Salvador.



### Comportamiento en Internet

- Estudiante universitaria que es activa en redes sociales.
- Ha recibido cursos de emprendimiento.
- Conoce poco sobre el uso y manejo de redes sociales
- Le llama más la atención fotografías y videos, y utiliza la aplicación de Instagram para las ventas que logra tener.

### SUEÑOS

Crear un nuevo packaging que sea atractivo, moderno, y muy femenino para entregar sus productos.

### MIEDOS

No encontrar buenos proveedores.  
No lograr adquirir las ganancias necesarias.



### PRODUCTOS O SERVICIOS

- Contenido multimedia para las redes. (Videos, fotografías, historias, reels).
- Creación del diseño de Packaging.
- Diseño de etiquetas: agradecimiento, descripción del producto, etc.

### EXPRESIONES NEGATIVAS

- "Quizá no podré hacer todos los paquetes".
- "No creo que mi emprendimiento pueda generarme las ganancias que necesito".



NUESTRAS REDES SOCIALES:



## CANALES DIGITALES Y LÍNEAS DE CONTENIDO

Las dos redes sociales que se utilizarán serán de gran apoyo e influencia para Yaya Studio, ya que Facebook e Instagram son las redes sociales más utilizadas actualmente.

El contenido que está en redes sociales hoy por hoy tiene mucha importancia para las personas, ahí se pueden encontrar opiniones, comentario y es por eso que se desarrollara las estrategias de contenido creativo para publicarlas en ambas redes.

Estar en redes sociales es una necesidad importante que en nuestro Estudio Creativo haremos ver a nuestros clientes. Ya que nos ayuda a visibilizarnos en las plataformas y que las personas vean que es lo que mascas hacen y además de eso es nuestra oportunidad para tener contacto con nuestros clientes.

Facebook, es una red más común, todas las personas tienen una cuenta personal o un fanpage de su emprendimiento, con los servicios de Yaya Studio es llevar esos negocios a otro nivel. Que sean reconocidos por su contenido original y creativo.

Se escogió instagram porque mi público objetivo se centrará en emprendimientos locales que se les creará la línea gráfica, contenido audiovisual para que puedan lograr sus objetivos en venta de productos en la mayoría de casos.

A continuación, se muestra los canales y las líneas de contenido que la marca necesita:

➤ ***Contenido de servicios***

En este apartado el objetivo es transmitir los valores, objetivos y servicios que ofrezco como Estudio Creativo. Todas las publicaciones tendrán como referencia alguno de los servicios que ofrecemos.

➤ ***Contenido educativo***

Con este tipo de contenido voy a orientar a mis clientes potenciales en diferentes temas: marketing, tutoriales sobre el uso de algunas apps, etc.

➤ ***Contenido de entretenimiento***

Los contenidos desarrollados aquí servirán para mejorar y aumentar la interacción entre la comunidad de seguidores a través de encuestas, historias, compartir experiencias, etc.

➤ ***Contenido de valor***

Esta línea fue creada con el propósito de resolver dudas y dar consejos a nuestro público objetivo con relación a los servicios que ofrecemos.

## **SUBTEMAS DE LAS LÍNEAS DE CONTENIDO**

➤ *Marketing 360°*

➤ *Diseño Gráfico*

➤ *Gráfica Expositiva*

➤ *Producción Audiovisual*

## LINEAS DE CONTENIDO- CONTENIDO DE SERVICIOS

Sub tema SERVICIOS	MKT de Contenido	Servicio	Formato
Marketing 360	Creación de publicaciones creativas	Campañas de marketing	Publicación en feed
Imagen Corporativa	Proceso de creación de líneas gráficas	Creación o rediseño de la identidad de la marca	Reels Historias Post en feed
Diseño Gráfico	Infografía de trabajos realizados	Packaging, brochures, mockups, revistas, folletos publicitarios, menús para restaurantes, etiquetas, tarjetas de todo tipo, stickers, artículos promocionales (gorras, camisas, llaveros, lapiceros, lanyards, pop sockets, etc).	Historias
Producción Audiovisual	Vídeos, reportajes, fotografía.	Fotografía, vídeo, contenido para redes sociales, etc.	Reels Lives

## LINEAS DE CONTENIDO- CONTENIDO DE ENTRETENIMIENTO

Sub tema Entrettenimiento	MKT de Contenido	Servicio	Formato
PLANTILLAS	Creación de plantillas para compartir con amigos.	Emprendedores locales	Historias.
RETOS	Creación de un desafío en una publicación.	Aprender la importancia de la imagen corporativa como emprendedor	Historias Post en feed
Q&A	Infografía de trabajos realizados	Tener un día a la semana donde se contestará la sección de preguntas y respuestas por temas segmentados	Historias Live
Para reflexionar y comaprtrir	Videos, reportajes, fotografía.	Fotografía, vídeo, contenido para redes sociales, etc.	Reels Post en feed

## LINEAS DE CONTENIDO- CONTENIDO DE VALOR

Sub tema VALOR	MKT de Contenido	Servicio	Formato
¿Qué es la imagen corporativa?	Publicaciones sobre hacks	Explicarle a nuestros seguidores por medio de un vídeo tips básicos para la creación de la imagen corporativa.	VÍDEOS
DISEÑO GRÁFICO	Contenido de análisis.	Presentar logos en su versión de “ANTES” y ver el resultado final “DESPUES”	Post en feed Historia
Audiovisual	Tips para crear contenido de buena calidad con cosas que tenemos en casa	Realizar vídeos cortos donde se puedan presentar opciones creativas para el impulso de la marca.	Videos Reels
Apps en tendencia	Publicación sobre una App en tendencia semanal	Fotografía para explicar el funcionamiento de la app, que sea gratuita y fácil de usar.	Reels Post en feed

## LINEAS DE CONTENIDO- CONTENIDO EDUCATIVO

Sub tema Educativo	MKT de Contenido	Capacitación	Formato
FOTOGRAFÍA	Webinar para emprendedores	Reglas de la fotografía	Lives Streems Publicaciones en feed
VÍDEOS	Reviews, webinars, talleres	Uso de equipo multimedia	Live Publicación en feed
CAPACITACIONES	Entrevistas, talleres	Innovación de contenido audiovisual	Historias
APPS	Preguntas y respuestas	Uso de CANVA, PHOTOROOM	Reels de tutoriales Historias Q&A

## **CALENDARIO DE CONTENIDO**

Un calendario de contenido implica planificar y organizar el tema a publicar en los canales digitales. Por lo tanto, el calendario permite focalizar una estrategia de contenidos y poder llegar a más clientes potenciales. El calendario puede ser semanal, mensual o anual. Pero primero se debe realizar una logística para llevar un orden.

A continuación, se presenta el calendario de contenido de la marca Yaya Studio Branding para la red social de Instagram por 15 días, iniciando el 01 de abril de 2022 y terminando el 15 de abril de 2022.



**Calendario Semanal Instagram 01 de abril al 15 de abril 2022**

Calendarización					
Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Pilar de Contenido	Copy	Descripción GRAFICA
01 de abril	7:00 a. m.	<b>Carrusel de bienvenida</b>	Branding	Con el objetivo de llevar tu emprendimiento a otro nivel. Te presento Yaya Studio!  #brandingsv #marketingsv #design #emprendedoresv	Logo de mi marca en tres publicaciones.
	9:00 a. m.	<b>Historia 1</b>	Branding	Servicios: Paquete Básico 1	Historia detallando los servicios que se ofrecen.
	1:00 p. m.	<b>Historia 2</b>	Branding	Servicios: Paquete Básico 2	Historia detallando los servicios que se ofrecen.
	6:00 p. m.	<b>Historia 3</b>	Branding	Servicios: Paquete Básico 3	Historia detallando los servicios que se ofrecen.
02 de abril	6:45 a. m.	<b>Post</b>	Branding	"Estas son las variaciones delo logo de YAYA STUDIO" #Brandingsv	Imagen con las dos variaciones de yaya studio.
	7:00 a. m.	<b>Post</b>	Branding	#YayaStudio #Contact #MarketingSV	Mockup con información personal de contacto
	12:00 a. m.	Post	Branding y Diseño gráfico	Conoce nuestra línea grafica, fue difícil decidir. Pero al final se eligieron los colores exactos para transmitir la esencia de YAYA Studio	Fotos de la paleta de colores.
	1:00 p. m.	<b>Historia</b>	Branding	¿Qué es Yaya Studio?	Historia detallando como surge Yaya Studio.
03 de abril	6:45 a. m.	<b>Post</b>	Branding	FUENTES IDEALES. Te comparto mis fuentes favoritas para editar mis post. Cuéntame ¿Cuál te gusto más? #YayaStudio	Imágenes con el nombre y estilo de tipografía.
	10:00 a. m.	<b>post</b>	Branding	Creación de logo para JEGAR SUBLIMACION	imagen con el logo creado para la marca.
	1:00 p. m.	<b>Post</b>	Branding	¿Estas buscando los mejores podcast de marketing para obtener ideas? ¡Aquí les comparto mis top podcast que me encantan! #yayaStudio	2 imágenes con los podcast.
	10:00 a. m.	<b>Story</b>	Interacciones	Compartenos una experiencia que hayas tenido con YAYA STUDIO	Diseño de la historia con cajita de preguntas.
Lunes 04 abril	2:00 p. m.	<b>POST</b>	Interacciones	Estas son algunas de las mejores opciones gratuitas de imágenes para que tus proyectos luzcan más geniales. #YayaStudio.	Capturas de pantallas de direcciones gratuitas para descargar imágenes.
5-Abr	7:45 a. m.	<b>REEL</b>	Interacciones	Conoce un poco más de nuestra fundadora Gabriela Rivas	Video corto de 5 curiosidades de YAYA Studio.
	10:00 a. m.	<b>HISTORIA</b>	Interacciones	Servicio de YAYA STUDIO	Explicación de Marketing 360'
	1:00 p. m.	<b>HISTORIA</b>	Interacciones	Servicio de YAYA STUDIO	Explicacion de IMAGEN CORPORATIVA
	6:00 PM	<b>HISTORIA</b>	Interacciones	Servicio de YAYA STUDIO	Explicacion de los servicios en el área de Diseño Gráfico.

<b>6-Abr</b>	8:45 a. m.	<b>POST</b>	Branding	Conoce como fue le proceso de rediseñar la imagen corporativa de D' Rose Pizza	Logo de D Rose antes vs Despues.
	1:00 p. m.	<b>POST</b>	Branding	"Si lo puedes soñar, lo puedes lograr" Compartenos ese sueño loco que tienes.....	imagen de una frase.
	4:00 p. m.	<b>HISTORIA</b>	Branding	Plantilla de Lista de deseos.	Ideal para compartir con nuestros amigos y dejar plasmados los deseos que queremos hacer realidad.
<b>7-Abr</b>	8:00 AM	<b>HISTORIA</b>	Branding	Resubir a historia el video de 5 curiosidades de Yaya Studio	Con los colores de neustra linea gráfica y gifs.
	9:00 AM	<b>HISTORIA</b>	Branding	tiempo de encuestas.	Colocar cosas de elección para que los seguidores puedan elegir.
	10:00 AM	<b>HISTORIA</b>	Branding	Testimonio de un emprendedor	Subir un texto recibido de un emprendedor con el que se trabaja.
	3:00 PM	<b>HISTORIA</b>	Branding	"Nuevas oportunidades de formar parte de la Familia YAYA Studio MUY PRONTO"	Hacer la promoción de nuestro estudio para nuevos emprendedores.
<b>8-Abr</b>	8:00 AM	<b>POST</b>	Interacciones	Sabías que? Nuestra nueva sección de curiosidades sobre el marketing... ESPERALA!	Imagen creativa de la nueva seccion "SABÍAS QUE"
	1:00 PM	<b>POST</b>	Interacciones	¿Eres emprendedor y te toca crear tu propio contenido para Redes? Aquí te ocmpartimos un TIP para las publicaciones.	Imagen que refleja las medidas del post para instagram.
	4:00 PM	<b>POST</b>	Interacciones	¿Cuál es tu opinion de la siguiente frase? #YayaStudio #MarketingSV	La imagen lleva la frase: "Las oportunidades no pasan, Tú las creas" -Chris Grosser
<b>9-Abr</b>	9:00 AM	<b>HISTORIA</b>	Interacciones	¿DEL 1 AL 10 QUÉ TAL INICIAS EL FIN DE SEMANA?	imagen de referencia para que los seguidores seleccionen como va su fin de semana.
	6:00 AM	<b>HISTORIA</b>	Interacciones	Hoy te traemos un tip para que descargues fuentes de internet y las utilicies en tus nuevos proyectos.	Colocal la captura de DAFONT y explicar como descargar las fuetnes.
	7:00 AM	<b>HISTORIA</b>	Interacciones	¿Has escuchado hablar de CANVA? Espera proxicamente el tutorial de	Crear historia desde IG sobre CANVA.
<b>10-Abr</b>	10:00 AM	<b>HISTORIA</b>	Interacciones	"Disfruta de un domingo increíble pero no dejes de crear"	Historia con frase motivacional.

11-Abr	9:00 AM	REEL	Interacciones	Reel motivacional sobre el emprendimiento	Reel de 1 minuto sobre el emprendimiento y porque debo dedicarle a la parte digital.
	2:00 PM	POST	venta	NOEVO SERVICIO EN YAYA STUDIO. La fotografia de productos es super importante y nos sentimos muy felices de poder compartir contigo esto... ¡VAMOS A DISFRUTARLO JUNTOS!	Especificar que las fotos serán creativas, editaremos cada foto y tendremos los recursos de elementos.
	7:00 PM	POST	Interacciones	"Un mensaje especial para ti"	Texto motivacional.
12-Abr	9:00 AM	POST	Interacciones	DATOS CURIOSOS PARA PLANIFICAR MUY BIEN TU CONTENIDO	5 IMÁGENES, En cada una explicar los 4 pasos importantes para planificacion de contenido (objetivos, categoría, copys creativos, trasladar y organizar)
	1:00 PM	HISTORIA	Interacciones	¿Ya conocías estos datos para la planificacion del contenido? ¿SI? ¿NO?	Compartir nuestro post para generar más interacción
	5:00 PM	HISTORIA	Interacciones	Cuentanos cuántos de estos pasos haz seguido, compartiremos las experiencias más geniales.	Compartiremos por medio de screenshots las experiencias de cada uno.
13-Abr	7:00 AM	HISTORIA	Interacciones	Es MIIIIIIIIERCOLES, mitad de semana... Cuentanos ya tienes un nuevo proyecto en mente???????	Motivar por medio de las historias a que sigan poniendo en practica nuestros tips de marketing.
	9:00 AM	LIVE	Interacciones	Live de preguntas y respuestas.	Contestaremos todas las dudas de los primeros 10 días de informacion.
14-Abr	12:00 PM	REEL	Interacciones	Los momentos más increíbles de nuestro live!!! Sé parte del Equipo de YAYA Studio, queremos llevar tu marca a otro nivel...	Editar un pequeño vídeo con las preguntas más improtantes del LIVE y compartirlas periodicamente en la tarde.
	1:00 PM	REEL	Interacciones	Los momentos más increíbles de nuestro live!!! Sé parte del Equipo de YAYA Studio, queremos llevar tu marca a otro nivel...	Editar un pequeño vídeo con las preguntas más improtantes del LIVE y compartirlas periodicamente en la tarde.
	2:00 PM	REEL	Interacciones	Los momentos más increíbles de nuestro live!!! Sé parte del Equipo de YAYA Studio, queremos llevar tu marca a otro nivel...	Editar un pequeño vídeo con las preguntas más improtantes del LIVE y compartirlas periodicamente en la tarde.
	3:00 PM	REEL	Interacciones	Los momentos más increíbles de nuestro live!!! Sé parte del Equipo de YAYA Studio, queremos llevar tu marca a otro nivel...	Editar un pequeño vídeo con las preguntas más improtantes del LIVE y compartirlas periodicamente en la tarde.
15-Abr	10:00 AM	HISTORIA	VENTA	Tenemos el 50% OFF en nuestros servicios seleccionados, adquiere ya!!	Hilo de historias de los servicios seleccionados con el 50%
	11:00 AM	HISTORIA	VENTA	Tenemos el 50% OFF en nuestros servicios seleccionados, adquiere ya!!	Hilo de historias de los servicios seleccionados con el 50%
	7:00 PM	POST	Interacciones	Lanzamiento de nuestro primer GIVEWAY, Forma parte de la familia YAYA Studio gracias a estas increíbles marcas que se han unido.... Sigue los siguientes pasos y se el ganador de tres paquetes de branding para tu marca!!!	IMAGEN CREATIVA, CON LOS LOGOS DE EAKM, D ROSE Y JEGAR SUBLIMACIÓN QUE SE HAN UNIDO AL GIVEWAY.

## REFERENCIAS

- Pecanha, V. (2021, enero 10). ¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online? Descubre cómo impulsar tu marca con esta estrategia. Rockcontent.  
<https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>
- Pursell S. (2023, enero 20). Análisis FODA de una empresa: qué es, cómo se hace y ejemplo.  
<https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda>
- de Castro, I. N. (2021, marzo 1). ¿Qué son y cómo elegir los canales demarketing?  
<https://rockcontent.com/es/blog/canales-de-marketing/>
- Inboundcyle. (n.d.). Buyer persona: qué es, tipos y cómo definirlo + plantilla.  
<https://www.inboundcycle.com/buyer-persona>