

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



TÍTULO:

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL -
EMPREDIMIENTO CUPINCO FRUTAS.**

PRESENTADO POR:

CARNÉ

MILTON ERNESTO RAMIREZ HERNANDEZ

(RH12022)

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

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ**

**COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADO
MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN
SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, 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

INGENIERO. FRANCISCO ALARCON

FISCAL GENERAL

LICENIADO. 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

MAESTRA. 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. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

ÍNDICE

CONTENIDO	
RESUMEN.....	VI
INTRODUCCIÓN	VII
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA PARA EL EMPRENDIMIENTO	
CUPINCO FRUTAS.....	8
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA	9
OBJETIVOS DE LA MARCA.....	12
FODA.....	13
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	15
BUYER PERSONAS.....	21
CANALES DIGITALES A UTILIZAR POR LA MARCA CUPINCO FRUTAS.....	22
LÍNEAS DE CONTENIDOS.....	23
MEDICIÓN DE KPI	24
CALENDARIZACIÓN DE CONTENIDO.....	25
REFERENCIAS	31

RESUMEN

El siguiente trabajo muestra cómo se realiza una estrategia de marketing digital para un emprendimiento desde cero y poder impulsarlo, por medio de la creación de una imagen de manera estratégica a través de las redes sociales. Llevando la teoría a la práctica, que desde los conceptos planteados desde la academia se brindan para implementar procesos que contribuyan a la creación y posicionamiento de una imagen de negocio. Para esto se desarrolla a través de planteamientos estratégicos que contribuyen al posicionamiento de una marca y para el cual los canales digitales son fundamentales, en ese sentido el siguiente trabajo, está enfocado en la creación distribución y acompañamiento de una marca e imagen para cualquier emprendimiento, negocio o marca personal. estos procesos son implementados por la alta competencia del mercado, los cuales pueden cambiar los ingresos económicos, con los diferentes medios digitales y los diseños gráficos que se generan en el proceso de la implementación de una imagen corporativa o personal.

Palabras Clave: Marketing; Redes sociales; Marca; Medios digitales; Diseño gráfico.

INTRODUCCIÓN

Las nuevas tecnologías en específico las redes sociales han evolucionado tanto que en la actualidad facilitan más el acceso para obtener las cosas de una manera mucho más sencilla que en el pasado. Para ahondar más en ello se ha creado este informe.

El emprendimiento familiar de “Cupinco Frutas”, mediante su puesta en las redes sociales como los son Facebook e Instagram, tiene el objetivo de incrementar el alcance que los productos de la marca puedan tener más clientela y de esta manera generar más ingresos a la misma.

Desde el comienzo del emprendimiento y la creación de redes sociales del mismo, ha demostrado una aceptación alta hacia la marca y hacia sus precios los cuales van desde los diez dólares cuando hay producción alta, hasta los treinta y cinco dólares cuando hay escasez de producción.

La marca en conjunto con su slogan, tienen que asegurarse de transmitir seguridad, confianza y calidad para que qué los posibles clientes no duden en consumir los productos y estos sean recomendados a más personas.

El emprendimiento fue fundado en 2018 y para 2022 su producción incrementó gracias al crecimiento de los arboles sembrados en sus inicios. El 2022, quedó marcado como uno de los años en los que el emprendimiento familiar logró un alcance alto de sus producciones y todo ello gracias al impacto positivo que se tuvo en la creación de las redes sociales en Facebook e Instagram de “Cupinco Frutas”.

Entre los planes que se tienen para el emprendimiento de “Cupinco Frutas”, es explotar lo más que se pueda el terreno familiar. Se pretende que en los meses que no den cosecha los árboles, poder crear áreas de camping y áreas de recreo para atraer a la población y que siempre se mantenga el dinero a flote en el emprendimiento.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA PARA EL EMPRENDIMIENTO CUPINCO FRUTAS.

Cupinco frutas, es un emprendimiento familiar el cual no está consolidado legalmente como una marca, pero con la ayuda de la expansión de sus productos y la publicidad generada a través de redes sociales se pretende llegar al mayor número de posibles clientes.

Para el diseñador gráfico de la UBA Fundador de Brandcrew, Hernán Berdichevsky, “La identidad de una marca consiste en los valores de la empresa y en cómo la marca comunica esos valores a través de sus productos y servicios. Este se construye en el diseño de identidad para emprendimientos que forma la fisonomía y la personalidad de su empresa” (Berdichevsky, 2020).

HISTORIA

Cupinco frutas, como emprendimiento familiar, hasta hace 4 semanas no poseía redes sociales, debido a que no se consideraban necesarias por la poca producción que se estaba generando en la finca familiar.

La poca producción es debido a la juventud de los árboles ya que el emprendimiento se inició en 2018, y a la fecha son 4 años los que han pasado, es por ello que los árboles frutales ya está dando frutos en una cantidad considerable pero no la deseada. Son alrededor de 100 árboles los que actualmente se encuentran en producción y 75 que se preparan para dar frutos la siguiente temporada, además se cuenta con 250 árboles que tienen 1 año de haberse sembrado, en total son alrededor de 400 árboles los que se encuentran en la finca que trabaja para la marca.

Los productos estrella son: el mango panadees y el denominado limón persa, estos dos productos son cultivados por la familia Ramírez Hernández y Ramírez Mendoza, además se cuenta con la producción de plátanos, pero es minoría, ya que se tiene que mencionar que estos productos tienen una temporada de producción y no dan todo el año.

Cuando no exista producción en la finca, se tiene pensado adecuar la finca para el camping, pero eso es un proyecto a futuro, en este momento la producción de mango y limón supero las expectativas del emprendimiento y por eso se busca llegar a mas posibles clientes a través del marketing en las redes sociales.

DESCRIPCIÓN DE LA MARCA

La marca Cupinco frutas, está diseñada para impulsar los productos del emprendimiento familiar de la familia Ramírez Hernández y Ramírez Mendoza, con la creación de las redes sociales para la marca y que éstas estén impulsado en los medios digitales, ya que en un mundo globalizado y dinamizado el marketing en las redes sociales no puede faltar en un negocio por muy pequeño sea.

La marca Cupinco frutas, es lo primero que las personas verán cuando busquen adquirir un producto de los que ofrece la empresa, en ese sentido, la marca tiene que transmitir esa seguridad, confianza y calidad en los productos que ofrecen, es decir, que el posible cliente debe de sentir esa confianza con la marca y esto se puede lograr a través de una buena imagen en los medios digitales.

La marca Cupinco frutas ha sido creada para que los clientes que la consuman se sientan seguros, felices y confiados en que los productos que compran y van a consumir son de alta calidad y de buen sabor, y todo esto solo puede ser logrado a través de una estrategia de marketing digital que impulse al alcance de las personas.

¿QUE ES CUPINCO FRUTAS?

Somos un emprendimiento familiar que quiere salir adelante con esfuerzo y trabajo duro, nuestro lema es *lo salvadoreño es mejor*, es por ello que queremos llevarlo a la realidad posicionándonos con productos de calidad.

¿QUE HACEMOS?

Cupinco frutas se dedica el rubro de las frutas, especialmente al rubro del cultivo de mango panadees y el limón persa en grandes cantidades, además se contempla el plátano, pero en menores cantidades, se espera crecer como empresa y diversificarnos en nuestros productos.

¿QUE OFRECE CUPINCO FRUTAS?

Ofrece productos de calidad y con la certeza que son cultivados en tierras salvadoreñas, que garantizan al cliente su compra confiable con nuestro negocio.

Los productos que puedes pedir con Cupinco frutas son:

- Mango panadees
- Limón persa
- Plátano

Siempre con la calidad que se ha conocido a Cupinco frutas.

RANGO DE PRECIOS:

Cupinco frutas mantiene su rango de precios de acuerdo a la variación del mercado, una semana puede estar a un precio muy elevado y a la otra a un precio súper bajo, pero se han establecidos precios que nos permitan un balance de ganancias.

- En el caso del mango panadees, se vende por mayor es decir las 100 unidades las cuales tienen un precio de entre 15 hasta 60 dólares según la demanda y la calidad del producto,
- Limón persa, este producto de igual forma se vende por mayor y sus precios oscilan entre los 10 a 35 dólares cuando escasea.
- El plátano. Es un producto que se vende de acuerdo a lo que el cliente pida, es decir, desde 2 dólares e adelante.

OBJETIVOS COMERCIALES

- ofrecer productos de calidad mediante las estrategias de marketing digital en las redes sociales: Facebook e Instagram.
- Aumentar las ventas mediante las estrategias digital en Facebook e Instagram.

LOGO DE LA MARCA CUPINCO FRUTAS.

El logo que se utilizara para la empresa está compuesto por tonalidades negras y verdes, con figuras de los productos que se cultivan en la empresa y el nombre de la misma. Además, se utiliza una frase que hace referencia al sentimentalismo y a la vez se afirma que lo que se cultiva en la marca es de calidad. La frase es, *“lo nuestro siempre es mejor calidad salvadoreña”*.



OBJETIVOS DE LA MARCA.

Objetivos Generales

- Dar conocer la marca Cupinco Frutas. a través de las redes sociales Instagram y Facebook para exponer los productos y generar más clientes.
- Mantener una constante interacción con posibles clientes para el posicionamiento de la marca y de la empresa.

Objetivos Específicos.

- Generar el tráfico de clientes a través de publicaciones de contenido de valor y contenido comercial.
- Implementar campañas en las redes de la empresa que permitan atraer nuevos clientes.
- Alcanzar 300 seguidores en las 2 plataformas digitales en los primeros 6 meses del lanzamiento de la marca.

FODA.

Las siglas FODA (también conocidas como DAFO o DOFA) significan «Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas», y resultan de sus correspondientes en inglés, SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities y Threats.

Este método fue desarrollado por M. Doshier, el Dr. O. Benepe, A. Humphrey, Birger Lie y R. Stewart en el Instituto de Investigaciones de Stanford en Estados Unidos entre 1960 y 1970. El objetivo era descubrir por qué fallaban las planificaciones corporativas a nivel gerencial en aquellos tiempos.

Su éxito simplemente trascendió el mundo y las áreas de trabajo, pues con el tiempo este análisis fue empleado en otras áreas además de la gerencial; por ejemplo, los proyectos organizacionales e incluso los proyectos personales como un ámbito de autoconocimiento.

FORTALEZAS:

- La calidad de los productos.
- Facilidad de entregas.
- Precios accesibles
- Trabajo en equipo por parte de los colaboradores.

DEBILIDADES:

- La marca es nueva tanto como las redes sociales
- No posee muchos seguidores
- No hay posicionamiento de mercado como tal en redes sociales
- No hay publicidad en redes sociales.
- Carece de equipo tecnológico para crear contenido.

OPORTUNIDADES:

- Crecer en el posicionamiento de mercado
- Atraer nuevos clientes por medio de las estrategias digital
- Mostrar a los clientes los diversos productos
- Alcanzar las metas trazadas en cuanto al crecimiento de ganancias.

AMENAZAS:

- Que el producto se arruine por falta de compradores.
- Que las personas no sepan de nuestros productos
- Perder ante la competencia que ya se encuentra en redes sociales.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

Análisis de las competencias que se de diquen al rubro de la venta por mayoreo con frutas.

En este apartado se analizarán 4 cuentas de empresas que se dedican a este rubro dos de Instagram y dos de Facebook,

Competencias de la marca Cupinco frutas .				
Nombre de la marca	Facebook	Instagram	Web	LinkedIn
Frutimas frutas y verduras	Si	Si	no	No
Imporfrut Reyes	Si	no	no	No
La esquinita - Venta de frutas y verduras	Si	no	No	No
Punto Verde SV	si	Si	no	No

Frutimas Frutas y Verduras

Facebook: https://www.facebook.com/Frutimas.sv/videos/?ref=page_internal

Instagram: <https://www.instagram.com/frutimas.sv/>

Twitter: @Frutimas.sv: Tienda de frutas y verduras

Frutimas es una empresa consolidada de venta de frutas y verduras al mayoreo ofrece una mayor diversidad de productos.

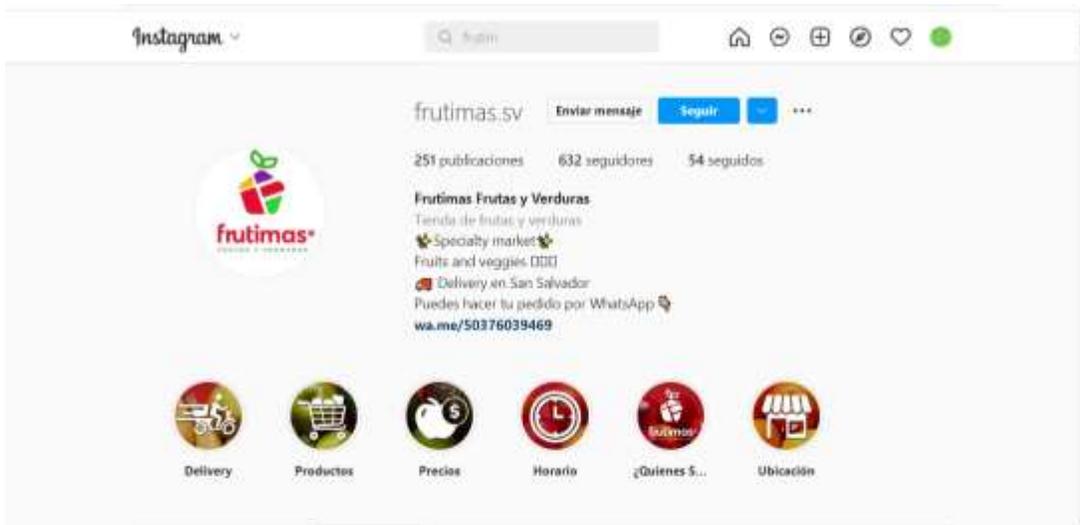
Sus redes sociales, tanto Instagram como Facebook, están bien posicionadas, sobretodo Facebook, la cual cuenta con más de 4000 seguidores, la cuenta se creó en 2020 y se ha logrado posicionar grandemente, sus diseños atractivos de contenido de valor y comercial también cuentan con contenido audiovisual.

En cuanto a las publicaciones tienen contenido de valor y comercial, posee alrededor de unas 200 publicaciones y generalmente sus publicaciones alcanzan los 2000 likes en Facebook, lo cual denota que su público meta está activo en esta red social.

Mientras tanto en Instagram, la marca posee más de 200 publicaciones y cuenta con más de 600 seguidores.

Esta competencia le da una visión positiva a la marca Cupinco frutas, ya que se prevé tener una gran comunidad como lo de dicha marca o inclusive una red más grande en un futuro no muy lejano.

Algo que se debe destacar es que las redes sociales de Frutimas están siendo bien manejadas, por lo que se denota que cuentan con un profesional para el área de redes sociales.



Imporfrut Reyes

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100004903814877>

Esta competencia no posee Fanpage de Facebook, más bien solo utilizan un perfil que cuenta con más de 4000 mil amigos, las publicaciones son variadas, ya que algunas son de contenidos de valor y otras de contenidos comerciales. A pesar de la gran cantidad de amigos sus publicaciones no llegan ni a 100 likes, lo cual denota que el trabajo de marketing no es continuo.

La competencia Imporfrut reyes, carece de continuidad en sus publicaciones, sus diseños son pocos a atractivos y la información del perfil es poca, a pesar de eso tiene una gran cantidad de amigos. La marca no posee Instagram.



La esquinita - Venta de frutas y verduras

<https://www.facebook.com/LaEsquinitaDeTecla>

Esta competencia, cuenta con más de 2000 seguidores en Facebook y con más de 200 likes en su comunidad virtual. No poseen lo que es contenido de valor, solo contenido comercial, pero siempre realizan una misma publicación lo cual hace que el alcance de esta página sea casi nulo.

Claro está que la Fanpage carece de alguien que le dé un manejo a adecuado a la red social ya que su última publicación fue en enero 2022. Dicha página se podría optimizar generando contenido de valor y piezas graficas que le ayuden a dinamizar el tráfico de clientes.



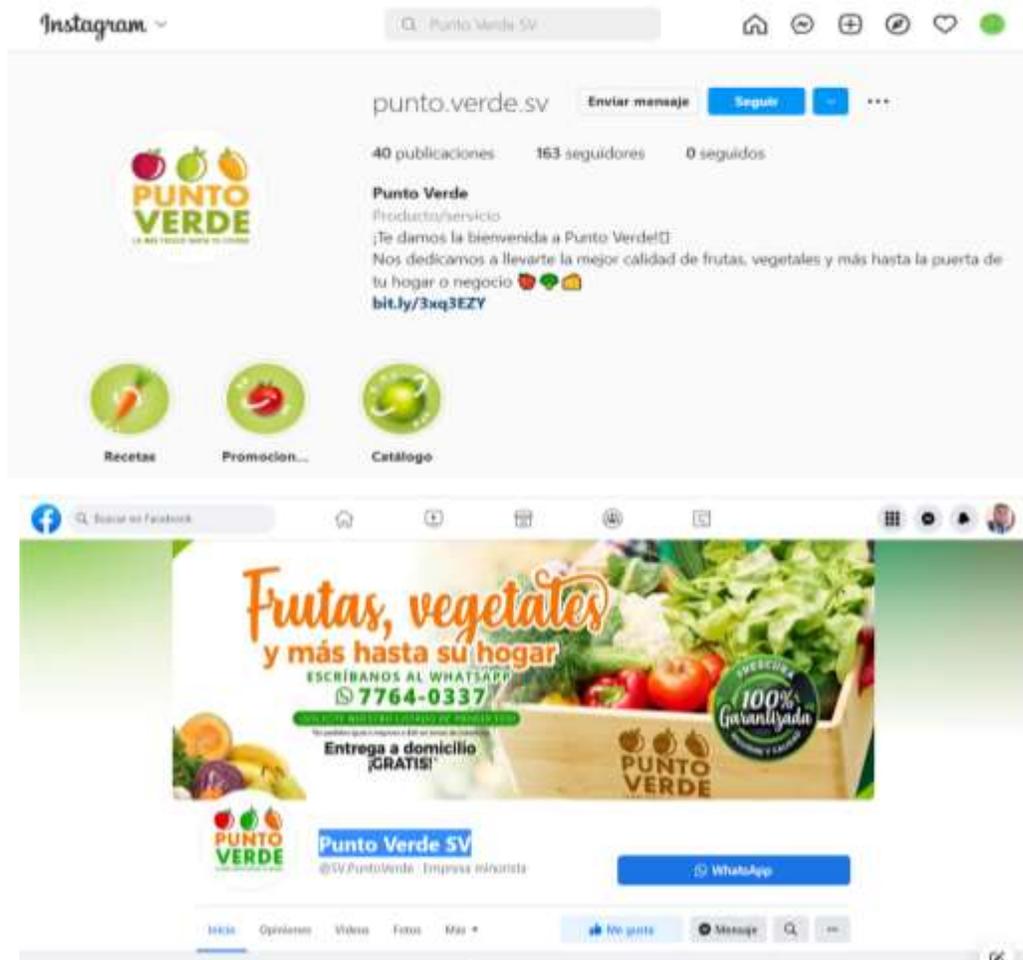
Punto Verde SV

https://www.facebook.com/SV.PuntoVerde/?ref=page_internal

<https://www.instagram.com/punto.verde.sv/>

Es una empresa minorista que se dedica al rubro de la venta de frutas y verduras, está posicionada en el mercado ya que su cuenta de Facebook cuenta con más de 3000 seguidores. Están muy activos, sus publicaciones tienen contenido de valor y comercial posee Instagram, pero en Instagram no están muy bien posicionados, ya que cuentan con menos de 200 seguidores y apenas tienen 40 publicaciones.

Estas competencias tienen actividad muy seguida en las redes sociales en Facebook más que todo es claro que su público meta está en Facebook al igual que la de Cupinco frutas, podría mejorar un poco más en Instagram creando contenido audiovisual y aumentando sus seguidores.



BUYER PERSONAS



RAUL GUEBARA




RETOS

conseguir diariamente de 200 a 400 limones cada 3 días especialmente en verano que el producto escasea

PASATIEMPOS

cuando no esta en su negocio se dedica a pasar tiempo con la familia

MIEDOS

- perder clientela por la mala calidad de sus productos
- no encontrar un proveedor de limones que pueda asegurar sus pedidos

OSCAR MELARA ES UN EMPRENDEDOR DE 45 AÑOS EL CUAL POSEE UN COMEDOR DENTRO DE LA FABRICA INTERNACIONAL DE OCOUILTA, EL CUAL CONSUME GRANDES CANTIDADES DE LIMONES DIARIAMENTE

OBJETIVOS

- brindar un servicio de comida de calidad y confianza .
- crecer económicamente garantizando la inversión en su negocio



Jose Ramirez




José Ramírez emprendedor de 35 años, con un negocio de venta de frutas en el mercado de ocoUILta, mayorista le gusta trabajar, mantener siempre surtido su puesto y con productos de buena calidad.

<h4 style="text-align: center; background-color: #90EE90; border-radius: 10px; margin: 0;">profesión</h4> <p>José se dedica al comercio, mayorista de frutas, se caracteriza por tener la calidad en su negocio que le brinda cupinco frutas</p>	<h4 style="text-align: center; background-color: #90EE90; border-radius: 10px; margin: 0;">aspectos positivos</h4> <ul style="list-style-type: none"> Mira la oportunidad de negocio en cualquier producto. compra producto cada dos días. 	<h4 style="text-align: center; background-color: #90EE90; border-radius: 10px; margin: 0;">retos</h4> <ul style="list-style-type: none"> mantener sus clientes satisfechos con sus productos generar nuevos clientes que sean recurrentes en sus compra
<h4 style="text-align: center; background-color: #90EE90; border-radius: 10px; margin: 0;">intereses</h4> <p>Le interesa la calidad de sus productos en el ámbito laboral y la variación de precios del mercado.</p>	<h4 style="text-align: center; background-color: #90EE90; border-radius: 10px; margin: 0;">pasatiempos</h4> <p>cuando no esta en su puesto de trabajo se le pasa jugando al fútbol, viendo series.</p>	<h4 style="text-align: center; background-color: #90EE90; border-radius: 10px; margin: 0;">visión al futuro</h4> <p>crecer económicamente y comercialmente con productos de calidad que la gente vuelva a compra.</p>
<h4 style="text-align: center; background-color: #90EE90; border-radius: 10px; margin: 0;">Objetivos</h4> <ul style="list-style-type: none"> siempre ofrecer productos de calidad a sus clientes. obtener ganancias que le permitan seguir creciendo 	<h4 style="text-align: center; background-color: #90EE90; border-radius: 10px; margin: 0;">miedos</h4> <ul style="list-style-type: none"> su miedo mas grande es fracasar como comerciante no generar las ganancias para seguir creciendo 	<h4 style="text-align: center; background-color: #90EE90; border-radius: 10px; margin: 0;">necesidades comerciales</h4> <p>como comerciante José necesita proveedores que le garanticen una cierta cantidad de producto de calidad también la seriedad de cumplir con sus pedidos a tiempo.</p>



CANALES DIGITALES A UTILIZAR POR LA MARCA CUPINCO FRUTAS.

Para el posicionamiento de la marca mediante las redes sociales se han elegido dos canales, los cuales servirán para conectar directamente con clientes que podrán hacer sus pedidos e interactuar directamente con alguien que estará pendiente de los comentarios, pedidos, recomendaciones etc.

Los canales a utilizar son:

Facebook

Se eligió esta plataforma, debido a que es la que más se apega al público meta, ofrece muchas herramientas que permiten la interacción y la publicación de contenidos diarios que ayuden a darle una constante interacción y tráfico a la página.

Esto influye en el crecimiento tanto en seguidores como en ventas, que al final es el principal objetivo de la estrategia de marketing, impulsar ventas a través de estrategias con el menor costo posible. En Facebook, tenemos la facilidad de pautar contenido para llegar a un mayor número de personas.

Además, esta plataforma cuenta con millones de usuarios, es por ello que es una de las plataformas ideales para digitalizar nuestros productos, teniendo en cuenta que hoy en día es la red con más usuarios en el mundo.

Instagram.

Al igual que en Facebook, esta aplicación permite impulsar el negocio de manera digital de manera más interactiva que Facebook, ya que en Instagram el público meta es más sesgado y por ende se puede llegar hasta donde mi cliente se encuentre.

El público meta se llegará de manera estratificada a través de un anuncio pago, los anuncios de Instagram tienen más alcance que los de Facebook. Claramente un anuncio tiene precio en estas plataformas, pero esa inversión puede multiplicarse y generar ganancias.

En ese sentido Instagram se vuelve fundamental para Cupinco frutas, y mediante esta plataforma lograr un mayor alcance tanto en personas, como nuevos clientes y generar mayores ventas.

¿Porque razón no se eligieron otras redes sociales o páginas web?, debido a la decisión de los propietarios del negocio, ya que se les hace más factible manejar estos dos canales de digitalización que otras cuentas, además el público meta se encuentra en estas dos redes sociales.

LÍNEAS DE CONTENIDOS.

Se presenta 4 líneas de contenidos basados en la regla 70 -20-10. Las cuales se utilizarán en Facebook e Instagram, estas líneas de contenido estarán constituidas de la siguiente manera.

Líneas de contenido Facebook e Instagram para marca Cupinco frutas.

<i>Facebook</i>	<i>Venta</i>	<i>Contenido de valor</i>	<i>Contenidos sobre nuestros productos</i>	<i>Servicios y horarios de atención.</i>
	Promociones Ofertas de descuento. Productos nuevos.	En este contenido se dará a conocer al público meta, la importancia de los productos que vende Cupinco frutas y todos sus componentes como. Beneficios Historia Salubridad entre otras	En esta línea de contenido, se dará conocer al público. Como es nuestro producto a través de. Fotos Modo de cultivo. Videos .Etc.	En esta parte se mostrará al público contenido de información importante sobre horarios y servicios como. Servicio a domicilio Productos por tiempos limitados Horarios de atención al cliente etc.
Instagram	Contenido de valor	Educación	Venta	Servicio y horarios.
	Consejos Beneficios de consumir nuestros productos Por qué debes comer frutas Recetas etc.	En este apartado crearemos contenido, para que la gente conozca: Se cultiva el producto. Mostrar producto de calidad. Imágenes con capsulas de información sobre nuestros productos, Sabías que. Etc.	Promociones exclusivas de Instagram. Historias De producto en descuento. Imágenes con	Siempre es necesario tener una buena comunicación con los clientes. Por eso en este contenido se crearán piezas gráficas para informar sobre Horarios de atención Servicio a domicilio Días festivos. Etc.

MEDICIÓN DE KPI

El término KPI, siglas en inglés, cuyo significado en castellano vendría a ser Indicador Clave de Desempeño o Medidor de Desempeño, 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.

Para la marca Cupinco frutas la medición de las KPI se basará en sus objetivos generales y específicos.

Generar interacción

Teniendo en cuenta estos objetivos puedo medir cuantas personas han interactúa con una publicación, si he obtenido me gusta, corazones etc. Los cuales sirven para determinar el alcance de mis publicaciones, y ver en qué se puede mejorar.

Obtener seguidores: Con este objetivo propuesto para mi marca, puedo medir que tanto alcance se tendrá en 6 meses, la meta es 300 seguidores en las dos redes donde se está generando la estrategia digital, ya que la marca Cupinco Frutas, ha sido creada recientemente, no posee muchos seguidores mi objetivo es alcanzar un número considerable de seguidores en los primeros 6 meses de su lanzamiento.

Fidelización del producto: Se busca crear una comunidad la cuál esté interesada en adquirir los productos que se pondrán a la venta en las redes sociales. Se deberá estar con publicaciones constantes para que la página genere tráfico y esto llegue a más personas que recomienden la misma.

CALENDARIZACIÓN DE CONTENIDO

Teniendo en consideración el objetivo con la calendarización del contenido, podre medir que tanto interactúan las personas, que día se tiene más me gusta si comparten mi contenido cuantas vistas, que alcance he tenido, y determinar en qué momento de la semana me conviene publicar mi contenido.

Calendarización de contenido para Facebook, Marca Cupinco Frutas del lunes 26 de septiembre a lunes 10 de octubre de 2022					
Calendarización					
Fecha	Hora	Tipo de contenido	Pilar de contenido	copy	Piezas grafica
Lunes	9:00 am	post	precios de producto	Es temporada de limones, pide tus pedidos por mayor a Cupinco Frutas.	
Martes	9:00 a. m.	post, beneficios del plátano una lista que informa porque es bueno consumir este producto.	contenido de valor, informar a los clientes los beneficios del plátano.	Conoces sobre los beneficios del plátano, producto que está a la venta en Cupinco frutas. Te dejamos esta lista de algunos beneficios de esta fruta que seguro no conocías.	
Miércoles	8:00 a. m.	post, contenido de valor	información sobre el producto como datos curiosos.	sabías que, el mango es la fruta nacional de varios países, Cupinco frutas te lo cuenta el siguiente post	
jueves	1:00 p. m.	story	interacción con las personas a través de Storey	un mango te alegra el día	

Viernes	8:00 p. m.	post	contenido de valor, información sobre cosecha del mango producto que vende Cupinco frutas.	en nuestro país hay un tiempo determinado en el que el mango está listo para comercializarse conoce este dato importante en nuestro siguiente post solo acá en Cupinco Frutas.	
Sábado	8:00 am	post	contenido de valor, receta con un producto que vende Cupinco frutas.	si quieres prepararte unas ricas tostadas de plátano, Cupinco frutas te dice como en el siguiente post, has tus pedidos de plátanos a Culinco Frutas.	
domingo	6:00 pm	story	contenido de valor story en Facebook	story en fb	
Lunes	9:00 am	post	contenido de valor, consejo del por qué deben comprar este producto	sabías que, el mango contiene vitamina que ayudan a nuestro cuerpo mantenerse sano, conoce esa información en siguiente post	
Martes	9:00 am	post	imagen de interacción	te gusta el mango, delicias que puedes adquirir en Cupinco frutas has tu pedidos ya	

Miércoles	8:00 am	post animado para fb	información de contacto y servicio	puedes pedir tus pedidos a domicilio, a Cupinco Frutas será un placer atenderte	
jueves	1:00 pm	post para fb	información sobre servicios contactos	ya hay plátano disponible para mayorista, has tus pedios a Cupinco Frutas.	
Viernes	8:00 pm	post lb	contenido de valor	conoce las cuantas calorías tiene un mango y que aporta a tu cuerpo, Cupinco Frutas te lo dicen en nuestro siguiente post.	
sábado	8:00 am	post fb	Contenido de valor consejo de cómo puede utilizar el plátano uno de nuestros productos	conoce este importante consejo, acompaña tus desayunos con unos ricos plátanos fritos, encarga a Cupinco Frutas	
domingo	6:00 pm	post fb	contenido de valor consejo para realizar bebidas a base de limón	si quieres realizar tus bebidas preferidas a base de jugo de limón, Cupinco frutos te ofrece los más jugosos, haz tu pedido ya.	

Lunes	8:pm	post para fb	contenido de valor, reseña de donde es originario el mango	sabías que el mango no es de nuestra región, Cupinco frutas te cuenta un poco sobre el origen de esta deliciosa fruta	
-------	------	--------------	--	---	---

Calendarización de contenido para Instagram marca Cupinco Frutas del lunes 26 de septiembre a lunes 10 de octubre de 2022

Calendarización

Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Pilar de Contenido	Copy	Descripción Grafica
Lunes	9:00 am	post	contenidos de valor consejo saludable.	Cupinco frutas te brinda consejos saludables, que puedes seguir comprando nuestros productos.	
Martes	9:00 am	story	contenido informativo horarios de atención	story	
Miércoles	10:00 am.	post	contenido de valor	Cupinco Frutas te brindan producto de calidad, cultivado en nuestro país.	
Jueves	11:00 am.	story	contenido de valor, consejo sobre nuestros producto	story	

Viernes	12:00 pm	post	contenido de valor, consejo nutricional.	Cupinco Frutas, te informa en el siguiente post, de qué forma te puede ayudar el mango a tener una mejor notición	
Sábado	1:00 pm	post	contenido interactivo imagen animada.	consigue los limones más jugosos para tus comida solo en Cupinco Frutas	
Domingo	2:00 pm	story	contenido de valor	story en Instagram	
Lunes	9:00 am	post	contenido de valor	conoce los beneficio del limón, Cupinco Frutas te cuente en el siguiente post	
Martes	9:00 am	post	información y contactos	has tus pedidos, a Cupinco Frutas calidad Salvadoreña garantizada	
Miércoles	8:00 am	post	contenido de valor, consejo sobre los beneficios del limón.	dato curioso sobre el limón, ayuda a mantener otras frutas frescas por un tiempo prologado.	

jueves	1:00 pm	post	Contenido de valor, receta que puede hacer a base de limón	Cupinco Frutas te enseña algo diferente, conoce un rápida receta que puedes preparar rápidamente a base de uno de nuestros productos el limón.	 <p>Receta de crema de limón</p> <p>Ingredientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 lata pequeña de leche condensada (400 g) • 4 yogures de limón • El zumo exprimido de 2 limones <p>Como hacer crema de limón</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mezclamos todos los ingredientes batiéndonlos bien a mano o con una batidora eléctrica durante unos segundos. • Llevamos a la nevera para refrigerar
Viernes	8:00 pm.	story	contenido de valor	story	 <p>Prepararte las bebidas que quieras a base de jugo de limón</p> <p>CUPINCO FRUTAS</p>
sábado	8:00 am.	post	venta	has tus pedidos, a Cupinco Frutas calidad Salvadoreña garantizada, mangos panadas no te quedes sin los tuyos	 <p>SI HAY MANGO EN CUPINCO FRUTAS</p>
domingo	6:00 pm.	post	internación cambio de logo	que te parece el nuevo logo de cupinco frutas.	 <p>CUPINCO FRUTAS</p>
Lunes	8:pm	story	contenido de valor	story	

REFERENCIAS

- Frutimas Frutas y Verduras
https://www.facebook.com/Frutimas.sv/videos/?ref=page_internal
<https://www.instagram.com/frutimas.sv/>
- Imporfrut Reyes
<https://www.facebook.com/profile.php?id=100004903814877>
- La esquinita - Venta de frutas y verduras
<https://www.facebook.com/LaEsquinitaDeTecla>
- Punto Verde SV
https://www.facebook.com/SV.PuntoVerde/?ref=page_internal
<https://www.instagram.com/punto.verde.sv/>
- Hernán Berdichevsky (2020)
<https://diegonoriega.co/consejos-para-generar-la-identidad-de-marca-en-tu-emprendimiento/>