

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



TÍTULO:

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA MARCA
LÁCTEOS DEYSI**

PRESENTADO POR: DEYSI DEL CARMEN GUTIÉRREZ DE MENJÍVAR. **CARNÉ:** (GS15019)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN DE MEDIOS
DIGITALES Y REDES SOCIALES PARA OPTAR EL TÍTULO
DE LICENCIADA 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, CENTROAMERICA,**

MARZO 2022.

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 ALARCÓN

FISCAL GENERAL

LICENCIADO. RAFAEL HUMBERTO PENA 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

LICENCIADA. 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 LOS PROCESOS DE GRADO

MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

AGRADECIMIENTOS:

“Al ver el resultado logrado después de tantos años de esfuerzo y dedicación, solamente se me ocurre una palabra: ¡Gracias!

Primero doy gracias a Dios el dador de la vida, a mi padre Rene Mauricio Gutiérrez, madre Virginia Arcely Santos y a mi hermana Yaritza Arcely Gutiérrez que siempre me apoyaron y animaron a seguir la carrera.

Todo el trabajo realizado fue posible gracias a la ayuda incondicional de José Luis Menjivar Guardado, mi esposo, que estuvo a mi lado en los momentos difíciles, y a mis hijos, Jafet y Grace, cuya vida me inspiraban a dar lo mejor.

Muchas gracias a cada uno de los maestros que con su sabiduría me enseñaron hacer una mejor persona.

Nada de esto hubiera sido posible sin ustedes. Este trabajo es el resultado de un sinfín de acontecimientos que poco tuvieron que ver con lo académico, sino más bien, con el amor y la paciencia.

Gracias infinitas a todos ustedes.

ÍNDICE:

CONTENIDO.	No. De PÁGINA
Resumen.....	5
Introducción.....	6
Situación actual de la marca.....	7
Objetivos generales y específicos.....	9
Objetivos Comerciales y KPI´s.....	10
Descripción de la marca.....	11
Foda.....	13
Redes sociales de la marca.....	14
Análisis de la competencia.....	15
Buyer persona.....	17
Canales digitales y líneas de contenido.....	19
Calendario de contenido.....	23
Referencias bibliográficas.....	33

RESUMEN:

En el siguiente trabajo se presentan los pasos que se deben seguir para crear una estrategia de marketing digital basándose en herramientas y utilizando el internet como fuente y las redes sociales como canales publicitarios digitales que permiten llegar a un público más amplio y actualizado. Para el desarrollo de la estrategia se presenta la marca Lácteos Deysi la cual desea presentar en línea la gran variedad de productos que ofrecen y luego posicionarse en redes sociales con el fin de alcanzar a nuevos clientes potenciales. La estrategia digital comienza desde la creación del logo de la marca hasta presentar y agendar un calendario de contenido de publicaciones que se harán en las redes sociales ya seleccionadas esto permitirá cumplir los objetivos planteados, antes de realizar y poner en marcha la estrategia la cual debe ser pensada, analizada y realizada para que la marca tenga éxito y logre sobresalir en medio de un mundo digitalizado.

Palabras clave: Marca; Redes Sociales; Posicionamiento; Estrategia Digital; Contenido; Ecommerce; Marketing Digital.

INTRODUCCIÓN:

Una estrategia de marketing digital es la planificación de ciertos pasos para llegar a objetivos definidos, por medios online, que conlleva aspectos como la creación y difusión de contenidos a través de los sitios web y las redes sociales con el fin de que la marca pueda conocer a sus clientes ideales, ofertar sus productos, expandir su mercado y analizar problemas o carencias que tenga la marca.

A continuación, se presentará la estrategia de marketing digital para la marca de Lácteos Deysi la cual ofrece una gran variedad de productos derivados de la leche de buena calidad logrando así la diferencia entre su competencia. Es importante recalcar que esta marca posee competencia, pero ninguno de ellos usa las redes sociales para promocionar sus productos.

Este trabajo no fue una investigación como tal sino más bien una creación de la estrategia de marketing digital de la marca Lácteos Deysi por lo tanto no se divide por capítulos, sino que por pasos a seguir para crear una estrategia. Al final se describe un calendario de contenidos que son publicaciones bien pensadas y creadas para atraer más clientes.

SITUACION ACTUAL DE LA MARCA.

Lácteos Deysi nació en 2007 en Dulce Nombre de María, Chalatenango, siendo su propietaria Virginia Santos quien fue la pionera de este negocio. Ella empezó elaborando y vendiendo de casa en casa cuajada, requesón y crema, luego decidió agregar más productos y fue cuándo compró queso majado, duro blando, seco, crema pura, especial y quesillo para pupusas; Virginia lo vendía al por menor pesaba las cuartas, medias y libras de cada uno.

Fue así como los habitantes del municipio llegaban a comprar a la casa de niña Virginia productos Lácteos teniendo en cuenta que era la primera y única persona que comercializaba dichos derivados de la vaca. La fama de los Lácteos se extendió que personas de todos los cantones y caseríos aledaños iban a comprarle.

Fue en diciembre de 2019 que la dueña de los lácteos enfermó y tuvieron que operarla, entonces ya no podía llevar el negocio a flote pues ella iba a traer el queso, lo pesaba y tenía que venderlo, ella le ofreció la venta al yerno Luis Menjivar el cual aceptó y administró la quesería convirtiéndose así en el nuevo dueño.

Desde entonces Luis Menjivar invirtió más en imagen, hizo un logo de la marca, una página de Facebook para promocionar los productos incluso transformó la fachada de la casa donde se encuentra la venta de lácteos.

El nuevo dueño también buscó nuevos proveedores que le dieran mejores precios para posicionarse en el municipio como la quesería que ofrece el mejor producto a un buen precio.

En la actualidad, Luis Menjivar le ha apostado al servicio de domicilios de los productos lácteos con el propósito de aumentar las ventas, tener más clientes y seguir creciendo.

Es importante mencionar que hoy en día en el municipio de Dulce Nombre de María hay 3 ventas de lácteos más que son nuestra competencia:

- Lácteos la bendición.
- Lácteos Maná.
- Lácteos Lupita.

La diferencia y ventaja que posee lácteos Deysi es que cuenta con una fan Page de Facebook en la cual se publica todos los productos y el número de WhatsApp para que las personas llamen por sus domicilios de quesos.

Pero, aunque se cuenta con una página de Facebook de Lácteos el problema es que los seguidores no son clientes potenciales porque según las métricas de Facebook una gran cantidad es público joven que no está interesado en comprar queso porque ellos no son los encargados de hacer las compras para el hogar ni tampoco cocinan en sus casas.

La otra situación que no permitió el crecimiento en la página de Facebook fue que las publicaciones no eran constantes y se hacían de manera empírica, esto no ayudaba para lograr un posicionamiento en la web.

Logo de la marca:



OBJETIVOS GENERALES:

1. Posicionar la marca de Lácteos Deysi en la red social Facebook durante 6 meses.
2. Aumentar las ventas de lácteos dentro de 6 meses por medio de los pedidos a domicilio.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

1. Crear contenido de valor cada semana para así poder medir el alcance a través del número de likes, comentarios y veces compartidas de las publicaciones.
2. Contar durante 1 mes el total de personas que le dan clic a las publicaciones de la página de Lácteos Deysi para así obtener más seguidores.
3. Hacer promociones especiales 2 veces al mes para motivar a los seguidores hacer sus pedidos a través del número de WhatsApp de Lácteos Deysi o a través de un mensaje por Facebook para así aumentar ventas.
4. Una vez cada 6 meses premiar por medio de la página oficial de Lácteos Deysi a los clientes fieles, es decir aquellos que siempre compran, los que siguen la página e interactúan, los que piden servicio a domicilio, el ganador deberá cumplir todos los requisitos.

OBJETIVOS COMERCIALES:

- Mejorar el precio del quesillo para darles más cómodo a los clientes de pupuserías que son los que más comprar.
- Vender más productos lácteos a través de las redes sociales.
- Tener más alcance en territorio con el servicio a domicilio.
- Mantener los precios más bajos dentro del municipio.

KP'IS.

Es un indicador clave que mide el desempeño, las KP'IS son los indicadores estratégicos para la marca ya que son medidas realistas, aportan información relevante y tienen una continuidad en el tiempo. Por medio de estas métricas una marca puede saber si está cumpliendo sus objetivos o no. (Europea., 2022)

- Aumento de likes y comentarios en las publicaciones.
- Contabilizar el número de veces que los clientes llaman o escriben solicitando un domicilio.
- Comparar el total de domicilios que se tenía antes y después de optimizar las redes sociales de lácteos Deysi.
- Crecimiento en número de seguidores.
- Uso de 2 a 4 hashtag.

DESCRIPCION DE LA MARCA:

En este apartado se presenta la variedad de productos que se comercializa en Lácteos Deysi. Las descripciones de estos productos son los contenidos del ecommerce que informan, educan y convencen a los clientes a comprar.

La promoción de estos artículos derivados de la leche se hace a través de 2 redes sociales Facebook y WhatsApp.

Majado. Duro blando. Precio: Descripción: Clientes: Majado con chile.			
Libra	\$4.00	Nuestros productos son los mejores en calidad y le ofrecemos a l clientes diferentes tipos de queso.	Para todas las personas.
Media.	\$2.00	El queso majado se usa como acompañamiento para los desayunos.	Para las que venden comida.
Cuarta.	\$1.00	El duro blando sirve para rayar y ponerle a las papas fritas.	Para las que venden papas fritas.

Medidas	Crema pura: Precio:	Crema Especial: Precio:	Descripción:	Clientes:
Botella:	\$3.50	\$3.00	La diferencia entre las cremas es que la pura es más espesa y la especial es más rala.	Lo consume todo tipo de personas.
Media:	\$1.75	\$1.50		
Cuarta:	\$1.00	\$0.75		

Quesillo:	Precio:	Descripción:	Clientes:
Libra	\$2.50	Sirve para hacer pupusas y rellenos.	Para las que venden pupusas y comida.
Media	\$1.25		

Queso Cápita. Duro Viejo.	Precios:	Descripción:	Clientes:
Libra	\$5.00	El queso cápita es duro y trae loroco incorporado.	Para todas las personas.
Media	\$2.50	El queso duro viejo es un queso super duro y tienen un sabor a conservado.	

FODA.

Te permite identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de un negocio o proyecto personal, con esta herramienta se puede planificar estratégicamente y mantenerse a la vanguardia en las tendencias del mercado. (Raeburn., 2021)

FORTALEZAS:		OPORTUNIDADES:	
Conexión con importadores directos.		Ser una marca reconocida a nivel nacional.	
Calidad e integridad del producto.		Producir un producto propio y exportarlo.	
15 años de historia, convirtiéndose en referentes de la zona.		Creación de nuevos empleos.	
Contamos con servicio a domicilio.			
Horarios extendidos.			

DEBILIDADES:		AMENAZAS:	
Geográficamente nuestra ubicación no es favorable para un mayor alcance.		Existen nuevos negocios de lácteos que son una competencia latente para nosotros.	
Depender totalmente de productos extranjeros y de precios fluctuantes.		No logramos crecer en seguidores en la página de Facebook.	

Análisis del resultado del FODA:

El negocio de Lácteos posee muchas fortalezas y pocas debilidades y amenazas, pero es importante conocerlas y tenerlas presente pues son todas estas cualidades que le permitirán crecer y saber en qué punto esta como marca.

Las metas a largo plazo son:

Llegar a más personas con los productos lácteos dentro de 2 años.

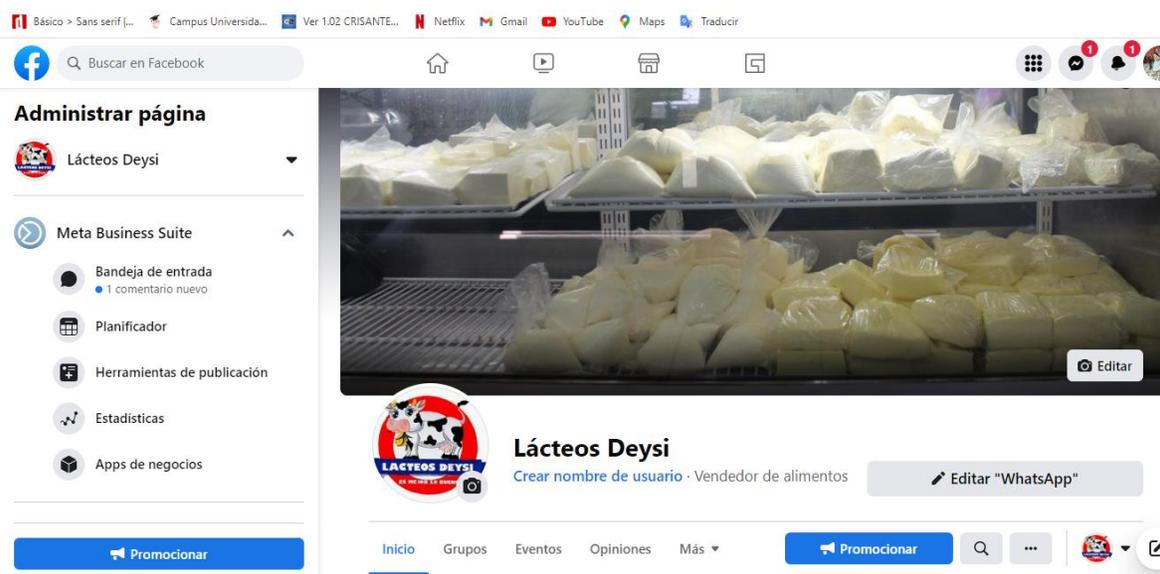
Dentro de 4 años tener más sucursales en otros municipios.

REDES SOCIALES DE LA MARCA:

Las redes sociales se han convertido en un canal para promocionar y vender muchos productos por tal razón el dueño Luis Menjivar tomo a bien hacer una página de Facebook de lácteos Deysi que dará su mayor potencial haciendo uso de un calendario de publicaciones con el fin de atraer a sus seguidores y a nuevos usuarios que serán posibles clientes.

Las redes sociales que se potenciarán son Facebook y WhatsApp, en donde se harán publicaciones semanales de contenido de valor, ventas, branding y de interacción, con la diferencia que en la primera se puede hacer uso de reel, historias, publicaciones, encuestas etc. Mientras que en la segunda solo son estados que duran 24 horas.

Facebook:



WhatsApp: 7677-3927

ANALISIS DE LA COMPETENCIA:

En esta parte se analizaron las fortalezas, debilidades y amenazas de los negocios que trabajan con el mismo rubro en este caso seria las otras ventas de lácteos que hay en Dulce Nombre de María, Chalatenango.

Para lo cual se realizó un inventario en donde se descubrió que redes sociales usan las demás queserías para potenciar sus ventas y presentar los productos a un público más extenso y así tener mayor alcance.

A continuación, se presenta el cuadro donde se marca con una X las casillas de las redes sociales que no poseen la competencia.

<i>Nombre de la competencia.</i>	<i>Facebook:</i>	<i>Web.</i>	<i>Instagram:</i>	<i>Twitter</i>	<i>WhatsApp:</i>
Lácteos la bendición:	X	X	X	X	X
Lácteos Maná	X	X	X	X	X
Lácteos Lupita.	X	X	X	X	X

Como se observa en el cuadro anterior la competencia no tiene ningún tipo de plataforma digital para promocionar sus productos esto es una gran ventaja para Lácteos Deysi pues son los pioneros en usar las redes sociales para vender más productos lácteos.

Ninguna venta de Lácteos se considera competencia a nivel digital porque no poseen ninguna red social en la cual puedan promocionar sus productos.

Pero lácteos Deysi debe conseguir más seguidores los cuales se conviertan en clientes fieles y para eso se tiene que pensar muy bien en el contenido que se debe publicar, a que horas y cada cuanto tiempo todos estos aspectos se presentaran más adelante en el calendario de contenido.

Por otro lado, es importante destacar la distancia que hay entre lácteos Deysi y su competencia esto como un factor más que ayudará hacer un estudio más profundo sobre el impacto que tiene la competencia sobre el negocio de lácteos Deysi.



A 100 metros se encuentra Lácteos La Bendición ubicada en el Barrio El Centro en el punto conocido como media luna donde hay una gran influencia de personas.



Lácteos Maná se encuentra en el Barrio Concepción a 200 metros aproximadamente de Lácteos Deysi.



Lácteos Lupita está a unos 220 metros de nuestro negocio es una nueva venta de lácteos que abrieron en la plaza El Buen Pastor.

BUYER PERSON.

“El comprador ideal”

El buyers person es un personaje ficticio que se construye a partir de diferentes aspectos como la edad, sexo, lugar de domicilio, costumbre, creencias, con el fin de encontrar y reconocer al comprador ideal. Cabe aclarar que para un mismo producto se pueden identificar varios tipos de buyers person. (Siqueiria, 2022)

Es muy importante entender al comprador no solo para el desarrollo de los productos sino también para la producción del contenido que se publicará en las redes ya que servirá para la adquisición de nuevos clientes.

Los buyers person que se presentan en este trabajo son 3 los cuales se crearon conociendo el público que sigue la página de lácteos Deysi y los clientes que ya tiene el negocio.

Buyer person 1:

Silvia de Melgar

Datos personales:

Edad: 35 años

Sexo: Mujer

Ocupación: Vendedora de pupusas

Estado Civil: Casada

Nivel Educativo: Bachiller

Dónde vive: Casa propia

Biografía:
Silvia es una mujer de 35 años dedicada a su familia y a su negocio una pupusería muy prestigiosa donde van muchas personas a comer allí.

Metas:

1. Encontrar un proveedor de queso que le de buen precio.
2. Innovar la receta de pupusas con queso super especial.
3. Necesita un proveedor que le lleve el producto hasta su casa.

Personalidad:

- Emprendedora
- Dinámica
- Creativa

Situación actual:
Su negocio a crecido tanto que necesita ahorrar tiempo y dinero con su nuevo proveedor.

Producto:
Quesillo super especial nicaraguense.

Buyer person 2:

Metas:

1. Ernesto desea comprar queso majado de calidad.
2. Y quiere encontrar la tienda de lácteos donde manejen los mejores precios.



Situación actual:
Ernesto necesita encontrar una tienda de lácteos que este cerca del banco para comprar el queso cuando salga de trabajar.

Ernesto Gonzales.

Ernesto es el proveedor de su familia y se encarga de comprar los alimentos incluyendo productos lácteos que son un acompañamiento en todas sus comidas.

Datos personales:

 Casado con 3 hijos.

 Trabaja como cajero en el banco Fedecredito.

 Vive alquilando casa.

 Licenciado en administracion de empresas.

 Sueldo: \$500 mensuales.

 Mascotas: Un perro y un gato.

Buyer person 3:



Sinopsis:
Yessi es una madre soltera con 3 hijos. Es emprendedora pues tiene un comedor en el que vende desayunos y almuerzos.

Ambiciones:

1. Ahorrar dinero en un Lácteos, pues necesita producto bueno y barato.
2. Ahorrar tiempo porque no tendrá que ir hasta el local para comprar el producto porque se lo llevarán a domicilio.

Productos:

Queso majado.
Requesón.
Crema Pura.
Queso Duro Blando.
Queso fresco.
Queso capita.
Queso duro viejo.
Queso Seco.

Objetivos:

1. Encontrar un proveedor de Lácteos que le de buenos precios.
2. Que el proveedor pueda llevarle los lácteos a domicilio.

Situación actual:

Que el proveedor no responda rápido su llamada cuando solicite un domicilio.

Que el proveedor no tenga algún producto de los que ofrece.

Yessi Acebedo .

Datos Personales.

Edad: 27 años.
Estado civil: Soltera con 3 hijos.
Trabajo: Vendedora de comida.
Ingresos: \$300 mensuales.
Donde vive: Casa alquilada.

CANALES DIGITALES Y LINEAS DE CONTENIDO:

Los canales digitales son los medios por los cuales se publicará el contenido y este contenido a su vez se divide en 4 líneas de contenido con el objetivo de educar a los seguidores por medio de las redes sociales y no solo entretenerles. (Jiménez, 2016)

Se usará Facebook porque allí está el público objetivo porque la mayoría de amas de casa, mujeres de negocio incluso empleadas tienen una cuenta en esta red social y dedican, aunque sea unos 15 minutos al día para revisar su perfil.

Lo que se procurará es que los seguidores de Lácteos Deysi sean estas mujeres, quienes son las encargadas de hacer las compras para su hogar o para su negocio.

Además, Lácteos Deysi ya posee una cuenta de WhatsApp Business para que los seguidores puedan hacer sus pedidos. Se eligió tener WhatsApp porque según los buyer person de la marca los clientes incluyendo nuevamente a las amas de casas, mujeres de negocio poseen esta red y se les hace más fácil mandar un audio o incluso llamar para pedir productos lácteos a domicilio.

Y las publicaciones de estado, aunque solo duran 24 horas y no se hacen todos los días muchas personas las ven y esto ayuda como publicidad.

Por otra parte, debemos recalcar que la estrategia de marketing está pensada para 6 meses y a través de esta se alcanzarán más seguidores en la página de Facebook de Lácteos Deysi, para que estos puedan convertirse en clientes fieles y así aumentar las ventas de productos lácteos.

A continuación, se presenta la lista de contenido que se utilizará para los 6 meses:

- **Contenido de valor:** Se publicarán imágenes e infografías para Facebook donde se solventarán dudas, resolverán problemas y se enseñará a los clientes las ventajas de comprar en Lácteos Deysi.
- **Ventas:** Se harán historias de WhatsApp y en Messenger donde se darán a conocer las promociones especiales de cada mes.

- **Branding:** Publicaremos videos en Facebook y en WhatsApp donde se darán a conocer la historia de la marca y se especificarán los horarios de atención y se presentarán los diferentes productos que posee lácteos Deysi.
- **Contenido de interacción:** Se publicarán curiosidades, encuestas y dinámicas en la página de Lácteos Deysi con el fin de interactuar con los seguidores.

Marketing de contenido:	Ventas:	Branding:	Contenido de interacción:
<p><i>Ventajas de comprar en lácteos Deysi.</i></p> <p>Se presentará en un post de Facebook las ventajas que tienen los clientes al hacer sus compras en lácteos Deysi.</p>	<p><i>Promociones.</i></p> <p>Una vez al mes se publicará un post con una super promoción que los seguidores deberán aprovechar.</p>	<p><i>Horarios de atención.</i></p> <p>Se harán historias en Facebook para recordarles a los seguidores el horario extendido de los lácteos.</p>	<p><i>Curiosidades.</i></p> <p>Se publicarán datos curiosos de los productos lácteos para llamar la atención de los usuarios.</p>
<p><i>Solventar dudas.</i></p> <p>Siempre en un post de Facebook se publicará las diferencias que hay entre algunas clases de quesos para que los clientes puedan identificarlos.</p>	<p><i>Descuentos.</i></p> <p>Se publicarán los descuentos que se tienen en un fin de semana en específico y que solo lo aprovecharán los seguidores de la página de Lácteos Deysi.</p>	<p><i>Productos.</i></p> <p>Se hará un catálogo de productos que se publicará en historias de WhatsApp con el propósito que los clientes se den cuenta de la variedad de producto que se maneja en lácteos Deysi.</p>	<p><i>Encuestas.</i></p> <p>Hacer una encuesta en línea en una story de Facebook preguntándole a los clientes en una escala del 1 al 10 que les parece la calidad de los productos lácteos, cual es el producto de su preferencia como califican el servicio a</p>

			domicilio de lácteos Deysi.
<p><i>Resolver problemas.</i></p> <p>Se hará un post de Facebook donde se resolverán los problemas o deficiencias que los seguidores colocarán en la caja de sugerencias que ya se había presentado.</p>	<p><i>Ofertas por tiempo limitado.</i></p> <p>Se publicará un reel de ofertas para incentivar a las personas a comprar más por los combos que se harán.</p>	<p><i>Historia de la Marca.</i></p> <p>Se hará un video corto presentando los 12 años de historia de la marca y como se ha ido transformado hasta lo que es hoy.</p>	<p><i>Dinámicas.</i></p> <p>Haremos un reel mostrando la forma en que se corta el quesillo super especial. Luego la dinámica consistirá en que las personas lo compartan y quien tenga más like en el reel se premiará con un combo de productos lácteos.</p>
<p><i>Preparación del queso majado.</i></p> <p>Se hará un reel para publicarlo en historia de WhatsApp sobre el proceso de hacer queso majado</p>	<p><i>Nuevo Producto.</i></p> <p>Se publicará en una Story de Facebook cuando se tenga nuevos productos como cuando entra el queso moro líquú, queso cápita, duro viejo y queso seco.</p>	<p><i>Oferta de empleo.</i></p> <p>Se publicará en historia de WhatsApp que se necesita empleada, los requisitos que se requiere y la forma para aplicar al puesto.</p>	<p><i>Sugerencias.</i></p> <p>Colocaremos una caja de sugerencias en una Story de Facebook para que los seguidores puedan escribir</p>
<p><i>Beneficios por consumir lácteos.</i></p> <p>Se hará un reel presentado los beneficios que las personas obtienen en su organismo al</p>	<p><i>Costos de los productos.</i></p> <p>Se publicarán fotografías de los productos lácteos que se tienen con el costo por unidad de</p>	<p><i>Logo de la marca.</i></p> <p>Presentación de la evolución que ha tenido el logo de lácteos Deysi a lo largo del tiempo.</p>	<p><i>Memes.</i></p> <p>Como una forma de interacción se ha decido publicar memes con relación a los lácteos en la página de Facebook para que</p>

consumir productos lácteos.	cada uno y con los precios especiales por mayoreo.		los seguidores se diviertan un rato.
<i>Presentar como se elabora la cuajada.</i> Haremos un video con fotografías dando a conocer paso a paso el proceso de fabricación de la cuajada.	<i>"Promocionar servicio a domicilio.</i> Publicar en historia de WhatsApp una infografía con el número para que las personas hagan sus pedidos. "	<i>Anuncio importante.</i> Se publicará un anuncio indicando que el domingo 23 de octubre estará cerrado el local de los lácteos Deysi	<i>Adivinanzas.</i> Publicar 2 preguntas: ¿Conoces el significado de la palabra queso? ¿Sabes cuantas variedades de queso existen? Y animar a las personas a que respondan para obtener un descuento en los productos lácteos.

JUSTIFICACION DE LAS LINEAS DE CONTENIDO:

Las líneas de contenido están pensadas como una herramienta que permitirá cumplir los objetivos planteados anteriormente y servirán de guía a lo largo del camino.

Además, teniendo claro la línea de contenido para publicar, sabiendo como se hará y para quienes irá dirigido el mensaje esto facilitará medir los resultados y comprobar si el trabajo realizado fue bueno o malo, si los objetivos se llevaron a la práctica y cumplieron su función, y si las metas fueron alcanzadas entre las más importantes el cumplimiento de esta estrategia permitirá ver el posicionamiento que tendrá la marca de Lácteos Deysi en la página de Facebook y el aumento de clientes fieles.

CALENDARIO DE CONTENIDO:

Un calendario de contenidos es un sistema de organización de publicaciones futuras por medio de las redes sociales con el propósito de tener más alcance y hacer mas clientes. (Díaz, 2021)

El calendario de esta estrategia está contemplado para ejecutarse del lunes 3 al 17 de octubre se presentan 2 calendarios de 15 publicaciones cada uno, el primero de las publicaciones que se harán en Facebook y el otro para las historias de WhatsApp Business de lácteos Deysi hay que aclarar que en este último no se incluye el formato de contenido porque todas serán historias de WhatsApp.

Las publicaciones se dividieron en porcentajes de 70% contenido de valor incluyendo el branding que traducido sería 9 de las 15 publicaciones que se harán tanto en Facebook como WhatsApp solo son de contenido de valor, luego 20% contenido de interacción que serían 4 publicaciones y 10% de venta que son 2 publicaciones.

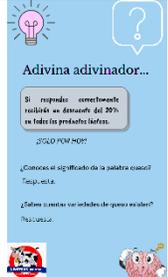
El cuadro posee los siguientes apartados:

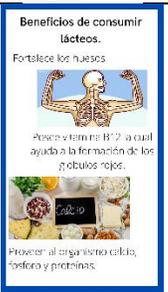
- ❖ **Fecha.**
- ❖ **Horario.**
- ❖ **Tipo de contenido:**
- ❖ **Pilar de contenido:**
 - Contenido de valor.
 - Branding.
 - Interacción.
 - Venta.
- ❖ **Formato de contenido:** Post, videos story, infografías.
- ❖ **Hashtag y Copy:** El primero se refiere a la combinación de una frase propia y celebre del negocio de lácteos el segundo es un texto creativo que se emplean con la finalidad orientada a transmitir un mensaje para la conversión o venta del producto. (Escuela Marketing and Web. , s.f.)
- ❖ **Descripción Gráfica:** Es la expresión visual de cada publicación.

<i>Fecha</i>	<i>Horario</i>	<i>Tipo de contenido</i>	<i>Pilar de contenido</i>	<i>Formato de contenido</i>	<i>Copy</i>	<i>Descripción Gráfica</i>
Lunes 3 de octubre.	6:00 pm	Ventajas de comprar en Lácteos Deysi.	Contenido de valor.	Post de Facebook.	¿Conoces las 5 ventajas de comprar en lácteos Deysi? Si tu respuesta es no, te invitamos a leer el siguiente post.	
Martes 4 de octubre.	7:00 pm	Horarios de atención.	Branding.	Story.	Recuerda que nuestros horarios son extendidos.	
Miércoles 5 de octubre.	8:00 pm	Meme.	Contenido de interacción.	Post de Facebook.	Un poco de humor antes de ir a dormir. #LácteosDeysi #esmejor_lobueno.	
Jueves 6 de octubre.	9:00 pm	Solventar dudas.	Contenido de valor.	Post de Facebook.	Te presentamos la diferencia entre el queso duro viejo y el duro blando. Sí no conocías esté datos te invitó a darnos like y compartir para que todos se enteren.	

Viernes 7 de octubre.	6:00 pm	Nuevo producto.	Venta.	Story.	Solo por tiempo limitado aprovecha el nuevo producto. Queso cápita con loroco.	
Sábado 8 de octubre:	7:00 pm	Encuestas.	Contenido de interacción.	Story	Porqué tu opinión nos importa. Lee y responde. #LácteosDeysi.	
Domingo 9 de octubre:	7:30 pm	Elaboración de la cuajada.	Contenido de valor.	Video para Facebook.	¿Sabes cómo se elabora la cuajada? Si tu respuesta es no te invitamos a ver el siguiente video. #Lácteos Deysi. #Noolvides_darnoslike.	
Lunes 10 de octubre:	8:00 pm	Colocar caja de sugerencias.	Contenido de interacción.	Story.	Tenemos habilitada una caja de sugerencias para que nos escriban sus recomendaciones para mejorar nuestro negocio.	

Martes 11 de octubre	9:00 pm	Preparación del queso majado.	Contenido de valor.	Video para Facebook.	¿Quieres saber cómo se hace el queso majado? Sí tu respuesta es sí te invitamos a ver el siguiente vídeo.	<p>Elaboración del queso majado</p>   
Miércoles 12 de octubre	6:00 pm	Diferencias entre el queso fresco y la cuajada.	Contenido de valor.	Story	¿Conoces la diferencia entre el queso fresco y la cuajada?	<p><i>Diferencias entre la cuajada y el queso fresco.</i></p> <p>Cuajada:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se hace con la leche del día. • Se hace amasada con las manos.  <p>Queso Fresco:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se hace con la cuajada del día anterior. • Se hace con los marcos de queso y se pone en un molde para hacerla cuadrada. 
Jueves 13 de octubre.	6:30 pm	Resolver problemas.	Contenido de valor.	Post de Facebook.	Te presentamos la solución al problema expuesto por ustedes en la encuesta. Gracias por ayudarnos a mejorar nuestro servicio de venta.	<p>Gracias por responder la encuesta.</p> <p>Lácteos Deysi se compromete a brindar un mejor y más eficiente servicio a domicilio y para el caso habilitamos un número más de teléfono en el que solo se recibirán llamadas: 7521-4158</p>  <p>Llámanos será un placer atenderles.</p> 
Viernes 14 de octubre.	7:00 pm	Promoción.	Venta.	Post de Facebook.	Aprovecha nuestra promoción.	 <p>HOY!</p>   <p>Por la compra de 1 libra de queso duro viejo llevate gratis una camiseta con el logo de Lácteos Deysi.</p> <p><i>Lácteos Deysi es mejor lo bueno.</i></p>

Sábado 15 de octubre.	8:00 pm	Adivinanzas	Contenido de interacción.	Story.	<p>¿Quieres tener 20% de descuento en productos lácteos? Sí tu respuesta es sí haz lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ve a nuestras historias. 2. Responden correctamente la adivinanza. 	 <p>Adivina adivinador...</p> <p>Si respondes correctamente recibirás un descuento del 20% en todos los productos lácteos.</p> <p>¡SÓLO POR HOY!</p> <p>¿Conoces el significado de la palabra queso? Te lo explico.</p> <p>¿Sabes cuántas varías de queso existen? Te las cuento.</p>
Domingo 16 de octubre.	9:00 pm	El mejor queso.	Contenido de valor.	Post de Facebook.	<p>Si necesitas queso súper especial para pupusas lo encuentras en lácteos Deysi. Recuerda que es mejor lo bueno. #LácteosDeysi #Elmejorprecio.</p>	 <p>REMEMBER!</p> <p>En lácteos Deysi encontrarás las mejores marcas de queso nicaragüense.</p> <p>Chontolac San José San Antonio. San Pedro Río Lac. Lacto Nic</p>
Lunes 17 de octubre	6:00 pm	Anuncio de cierre por un día.	Branding.	Story	<p>Recuerda que el domingo 23 de octubre estará cerrado Lácteos Deysi.</p>	 <p>¡AVISO!</p> <p>Domingo 23 de octubre estará CERRADO Lácteos Deysi.</p> <p>Nos vemos hasta el lunes 24.</p> <p>Gracias por su comprensión.</p>

Fecha:	Horario:	Tipo de contenido:	Pilar de contenido:	Copy:	Descripción Gráfica:
Lunes 3 de octubre.	9:00 am	Oferta de empleo	Branding.	Oferta laboral en Lácteos Deysi.	
Martes 4 de octubre.	10:00 am	Beneficios de consumir lácteos.	Contenido de valor.	Los lácteos ayudan al organismo.	
Miércoles 5 de octubre.	11:00 am	Promocionar el servicio a domicilio.	Venta.	Llámanos será un placer atenderte.	
Jueves 6 de octubre.	12:00 md	Adivinanzas.	Contenido de Interacción.	Pon tu cerebro a pensar. #LácteosDeysi.	

Viernes 7 de octubre.	9:00 am	Catálogo de productos.	Branding.	Te presentamos la variedad de productos que te ofrece lácteos Deysi.	 <p>Catálogo de productos. Lácteos Deysi.</p> <p>Queso majado. Libra: \$4.00 Media: \$2.00 Cuartas: \$1.00</p>  <p>Queso Duro Blando: Libra: \$4.00 Media: \$2.00 Cuartas: \$1.00</p> 
Sábado 8 de octubre:	10:00 am	Te presentamos como se hace el queso duro viejo.	Contenido de valor.	Quieres saber más de quesos. Aquí te lo contamos.	<p>Queso Duro Viejo:</p>  <p>El queso duro está elaborado con leche cruda es decir con leche que no ha sido cocida y a la vez con alto contenido de grasa.</p> <p>Se elabora en países como el suizo, el francés, el español, el italiano, etc.</p> <p>Se debe madurar por 7 meses para que se alcance su nivel de sabor deseado.</p> <p>Debe conservarse en un lugar fresco y seco.</p>
Domingo 9 de octubre:	11:00 am	Curiosidad.	Contenido de interacción.	¿Quieres saber unos datos curiosos sobre el queso?	<p>SABÍAS QUE...</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El queso nació antes que el lenguaje escrito. 2. El queso es el ingrediente presente en la gastronomía de todo el mundo. 3. Se elabora más queso en un año que café, tabaco, té y azúcar juntos. 4. El queso más caro es el Pule elaborado en Serbia con leche de burra.
Lunes 10 de octubre:	12:00 md	Explicar que lácteos Deysi está en Google maps.	Branding.	Ya estamos en Google maps. Encuéntranos.	<p>Puedes encontrarlos en google maps como:</p> <p>Lácteos Deysi.</p> <p>Dale Nombre de María.</p>    

Martes 11 de octubre	9:00 am	Diferencias entre la crema especial y la pura.	Contenido de valor.	¿Te gusta acompañar tus comidas con crema? Te presentamos las diferencias.	<p>Diferencias entre la crema especial y la pura.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Crema Pura:</th> <th>Crema Especial:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Es más espesa debido a su proceso lo que al mezclar la crema con la leche.</td> <td>Es más rala por su mayor contenido de leche.</td> </tr> <tr> <td>Su sabor es cremoso y consistente.</td> <td>Sabor un poco simple.</td> </tr> <tr> <td>Su color es amarillento.</td> <td>Su color es más blanco.</td> </tr> </tbody> </table> 	Crema Pura:	Crema Especial:	Es más espesa debido a su proceso lo que al mezclar la crema con la leche.	Es más rala por su mayor contenido de leche.	Su sabor es cremoso y consistente.	Sabor un poco simple.	Su color es amarillento.	Su color es más blanco.
Crema Pura:	Crema Especial:												
Es más espesa debido a su proceso lo que al mezclar la crema con la leche.	Es más rala por su mayor contenido de leche.												
Su sabor es cremoso y consistente.	Sabor un poco simple.												
Su color es amarillento.	Su color es más blanco.												
Miércoles 12 de octubre	10:00 am	Presentar la evolución del logo de la marca.	Branding.	¿Quieres saber como era el logo de lácteos Deysi antes? A continuación, te lo presentamos.	<p>Evolución del logo:</p> <p>Lácteos Deysi a lo largo de su historia solo a tenido 2 logos.</p> <p>Y desde el 2019 que la administración pasó a manos de Deysi y su esposo se usó un nuevo logo en todo, en las camisetas de los empleados, en los rotulos publicitarios, en las redes sociales.</p>  <p>Antes.</p>  <p>Hoy.</p>								
Jueves 13 de octubre.	11:00 am	Meme	Contenido de Interacción.	Para reír un poco.	 <p>Antes existió porque el queso está caro.</p>  								

Viernes 14 de octubre.	12:00 am	Diferencias de comprar queso en lácteos Deysi y en un súper mercado.	Contenido de valor.	Lácteos Deysi tu mejor opción porque es mejor lo bueno.	
Sábado 15 de octubre.	9:00 am	Rifa de un cupón de productos lácteos.	Contenido de Interacción.	Si quieres ganar \$10.00 en productos lácteos. Haz lo siguiente.	
Domingo 16 de octubre.	10:00 am	Ofertas por tiempo limitado.	Venta.	Aprovecha el 10% de descuento solo aplica para domicilios.	

Lunes 17 de octubre	11:00 am	Características del mejor quesillo.	Contenido de valor.	Lácteos Deysi tiene el mejor quesillo para pupusas.	 <p>¿Te gustó hacer tus pupusas con el mejor quesillo?</p> <p>Te presentamos la nueva versión del quesillo super ligero y al horno.</p> <p>Debe ser de color amarillo. Su textura debe ser lisa. Debe ser quesillo nicotagüense. Debe hilar el queso cuando se sale de las pupusas.</p>
---------------------	----------	-------------------------------------	---------------------	-----------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

REFERENCIAS

- Díaz, P. (16 de Mayo de 2021). *Acumbamail*. Obtenido de <https://acumbamail.com/blog/calendario-de-contenidos/#:~:text=Un%20calendario%20de%20contenidos%20o,de%20manera%20organizada%20y%20coordinada.>
- Escuela Marketing and Web.* . (s.f.). Obtenido de Escuela Marketing and Web. : <https://escuela.marketingandweb.es/copy-para-redes-sociales/>
- Europea., U. (28 de Marzo de 2022). *Universidad Europea.* . Obtenido de <https://universidadeuropea.com/blog/que-es-kpi-marketing/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20KPI%20en,a%20cabo%20en%20una%20empresa.>
- Jiménez, S. (25 de enero de 2016). *Analítica Pública*. Obtenido de <https://sergiojimenez.net/canales-digitales-y-organizaciones-publicas/>
- Raeburn., A. (1 de julio de 2021). *Asana*. Obtenido de Asana: <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- Siqueiria, A. (21 de octubre de 2022). *RD Station*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/blog/es/buyer-persona/>