

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



TÍTULO:

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA MARCA
“TROTAMUNDOS TRAVEL”**

PRESENTADO POR:

RAFAEL ERNESTO NUFIO RIVAS

CARNÉ:

(NR16004)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN “EN
MEDIOS DIGITALES Y REDES SOCIALES” PARA OPTAR POR EL
TÍTULO DE LICENCIATURA EN PERIODISMO.**

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

**COORDINAR DEL PROCESO DE GRADO
MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

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

12 DE SEPTIEMBRE DE 2022

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL
SALVADOR**

**MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS
RECTOR**

**PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ
VICERRECTOR ACADÉMICO**

**INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

**INGENIERO FRANCISCO ALARCON
SECRETARIO GENERAL**

**LICENCIADO RAFAEL HUMBERTO PEÑA LARÍN
FISCAL GENERAL**

**LICENCIADO LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE
DEFENSOR DE LOS DERECHOS
UNIVERSITARIOS**

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

**MAESTRO ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS
DECANO**

**MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES
VICEDECANA**

**MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO
SECRETARIO DE LA FACULTAD**

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE
PERIODISMO**

**MAESTRO CARLOS ERNESTO DERAS
JEFE DE DEPARTAMENTO**

**MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE
GRADUACIÓN**

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

ÍNDICE

RESUMEN-----	6
INTRODUCCIÓN -----	7
SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA -----	8
OBJETIVOS DE LA MARCA -----	12
FODA -----	13
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA -----	14
BUYER PERSONA-----	20
CANAL DIGITAL A UTILIZAR -----	23
LÍNEAS DE CONTENIDO-----	24
KPI'S A MEDIR -----	26
CALENDARIO DE CONTENIDO-----	28
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS -----	34
ANEXOS -----	35

RESUMEN

El trabajo presentado muestra un plan de estrategia de Marketing Digital en el cual se ejecuta una guía de pasos para la creación, presentación y posicionamiento de una marca en internet, específicamente en redes sociales, a través del uso de técnicas y herramientas propiciadas por los nuevos canales de comunicación e información. A continuación, se mostrará un conjunto de estrategias de Marketing Digital enfocadas a la promoción y posicionamiento de la marca “Trotamundos Travel” en la red social Facebook. Cabe resaltar que los canales y métodos utilizados permiten obtener y analizar los resultados obtenidos en tiempo real. El buen uso de las estrategias es una oportunidad para las personas y/o empresas de reforzar y posicionar su marca ante el público deseado, de esta manera sus oportunidades de venta aumentan, puesto que la exposición de las masas a internet es cada vez mayor. El plan presentado parte desde la evaluación y la situación actual en la que se encuentra la marca, estableciendo así los objetivos que se quieren alcanzar con la ejecución de una efectiva estrategia de marketing digital. Con los conocimientos adquiridos, a través del desarrollo de los puntos de nuestra estrategia, al final se planifica un calendario de contenido con el que se busca elevar nuestros números y obtener resultados positivos para la marca.

Palabras clave: Marketing Digital; Redes Sociales; Viajes; Agencia; Posicionamiento; Planificación; Turismo.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años las redes sociales han tomado mucha fuerza y se han convertido en los principales medios de comunicación e información dentro de la sociedad, puesto que cada día el número de personas con acceso a internet aumenta. La cuarentena obligatoria, provocada por la enfermedad COVID-19, nos forzó a realizar nuestras tareas cotidianas a través de las nuevas Tecnologías de Comunicación e Información (TIC).

Dicho lo anterior, las empresas optaron por posicionar su marca en las diferentes redes sociales a través del uso de las estrategias de Marketing Digital, el cual consiste en un conjunto de técnicas y pasos a ejecutar para reforzar su marca y atraer nuevos clientes potenciales.

Es importante mencionar que las técnicas de estrategia de Marketing Digital y los medios digitales, a diferencia del marketing y medios tradicionales, nos permiten evaluar los resultados en tiempo real, lo que nos facilita determinar si la estrategia utilizada es la adecuada para lograr nuestros objetivos o se le deben de realizar cambios para lograr éxito en nuestro plan.

El presente trabajo muestra los pasos a seguir y las técnicas utilizadas para la promoción y el posicionamiento de la marca “TROTAMUNDOS TRAVEL”, con respecto a la competencia que ofrecen servicios similares a la de marca en cuestión. El trabajo es el resultado de la práctica y conocimientos adquiridos en el Curso de Especialización del Ciclo 02 de año 2022.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

¿QUÉ ES TROTAMUNDOS TRAVEL?

TROTAMUNDOS TRAVEL es una agencia de viajes que surge como una alternativa para las personas que buscan realizar viajes turísticos a nivel nacional e internacional. La agencia ofrece servicio de asesorías y planificación de viajes, tanto individuales como para grupos de personas que por diferentes motivos no tienen el tiempo suficiente para programarlos o no saben hacerlo por sí mismos.



HISTORIA

A lo largo de mi vida he acostumbrado salir de viaje con mi mamá o mis amigos para conocer nuevos lugares y pasar un momento agradable entre nosotros. Sin embargo, sé lo complicado que es organizar un viaje, sobre todo para un grupo numeroso de personas.

A finales del 2019 surgió una idea, con amigos, de emprender una agencia de viajes que llevara por nombre "Chotianding SV". La agencia se echó a andar, pero por motivo de la pandemia del COVID-19, el proyecto quedó estancado al punto de desaparecer.

Dos años después de los sucesos de la pandemia y con el turismo reactivándose otra vez, se ha tomado la iniciativa de comenzar nuevamente el proyecto bajo el nombre de TROTAMUNDOS TRAVEL.

RAZÓN

TROTAMUNDOS TRAVEL nace como una opción fácil y económica para viajar dentro y fuera del país. La agencia se encarga de realizar la tediosa planificación que implica un viaje. Se enfoca en brindar nuevas opciones y diferentes destinos turísticos a los cuales las personas están acostumbradas a frecuentar.

La empresa brinda la opción de poder viajar con un itinerario muy organizado y completo para que los clientes puedan disfrutar de su experiencia de manera plena, segura y cómoda. Además, se ofrecen asesorías sobre lugares, hoteles y actividades a realizar para los viajeros principiantes.

MARCA

- **Creación**

Se creó pensando en ser una opción alternativa que motive e invite a las personas a viajar a lugares diferentes a los que normalmente frecuentan.

- **¿Qué se hace?**

Se asesora, organiza y planifican viajes de manera individual y grupal a destinos establecidos por la empresa o solicitados por los clientes.

- **¿Cómo se vende?**

A través de las redes sociales mediante la promoción de lugares turísticos y ofertas económicas para visitar diferentes puntos del país u otros países.

SERVICIOS

- **Excursiones**

- ✓ **¿Qué es?**

- Se realiza un viaje a uno o más destino turístico previamente escogidos por la empresa.

- ✓ **¿Cómo funciona?**

- Se anuncia la excursión en redes sociales y se abre inscripción para las personas que deseen asistir y vivir la experiencia del viaje.

- ✓ **Costos**

- Transporte para traslado hacia el lugar, entrada al lugar, refrigerio para el camino, permisos, estadía.

- ✓ **Clientes**

- Convocatoria abierta al público en general, toda persona que desee asistir a la excursión.

- **Viajes Personalizados**

- ✓ **¿Qué es?**

- Se realiza un viaje a uno o más destinos que el cliente escoja.

- ✓ **¿Cómo funciona?**

- Se planifica y organiza un viaje al destino de preferencia del cliente, previamente se investiga y se estudia la facilidad de realizar la travesía solicitada.

✓ **Costos**

Transporte para traslado hacia el lugar, entrada al lugar, refrigerio para el camino, permisos, estadía.

✓ **Clientes**

La persona o el grupo de personas que se comunican directamente con la empresa para la reservación de una fecha para la planificación y realización de su viaje.

• **Asesorías**

✓ **¿Qué es?**

Orientación a los clientes para realizar un viaje a cierto lugar, indicar lugares de hospedaje y actividades a realizar.

✓ **¿Cómo funciona?**

Se lleva a cabo una reunión cara a cara o virtual para dar respuesta a todas las dudas e inquietudes de los clientes.

✓ **Costos**

Costos de transporte para estudiar posibles destinos y acompañamiento para procesos de migratorios de ser necesarios.

✓ **Clientes**

Personas que se encuentran indecisas y están en busca de lugar o alguna motivación para viajar.

OBJETIVOS DE LA MARCA

OBJETIVOS GENERALES

- Aumentar el número de seguidores que conozcan sobre la existencia de la marca de agencia de viajes "Trotamundos Travel".
- Posicionar la marca y sobresalir entre la competencia como opción confiable, viable, económica y cómoda para adquirir servicios de viajes turísticos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promover el origen, perfil, características y toda la información básica sobre la marca "Trotamundos Travel", con el fin de atraer a las personas a través de la comprensión sobre el funcionamiento y servicios que se ofrecen.
- Lograr mayor cantidad de seguidores en la zona central del país, específicamente en los departamentos de La Libertad y San Salvador, debido a la facilidad de prestación de los servicios de la marca en estas zonas geográficas.
- Ofrecer promociones y descuentos en los servicios de la marca "Trotamundos Travel" para alentar a las personas a adquirir la asistencia o prestaciones de la agencia.
- Generar contenido de venta y educación que despierte la curiosidad e incite a las personas a adquirir los servicios de la marca, con el fin de vivir las experiencias únicas de viajes que ofrece "Trotamundos Travel".

FODA

- **Fortalezas**

- ✓ Variedad de servicios, precios y flexibilidades para que el cliente pueda escoger el que se adecúe a sus intereses.
- ✓ Realizar rutas innovadoras y pocas conocidas para salir de las rutas mayormente conocidas o frecuentadas.
- ✓ Personal con experiencia previa en la planificación y realización de viajes.

- **Oportunidades**

- ✓ Ser reconocidos por nuestros servicios innovadores, económicos y flexibles.
- ✓ Realizar convenios con empresa o instituciones para ser los planificadores de sus viajes por fiestas u otro tipo de motivo.
- ✓ Crecimiento rápido al no existir una competencia cerca de la zona.

- **Debilidades**

- ✓ Contar con solo la publicidad en redes sociales.
- ✓ Ser una empresa reciente, en proceso de crecimiento y no ser muy conocida por los turistas.
- ✓ Falta de sucursales que puedan atender de manera directa a los clientes, por el momento solo se pueden atender vía redes sociales o acordando un encuentro.

- **Amenazas**

- ✓ Desastres naturales o emergencias de salud que impidan la realización de viajes y acumulación de personas.
- ✓ Algún percance que pueda suceder en alguno de los viajes que afecte la imagen de la empresa.
- ✓ Aumento de la inseguridad dentro del país.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

AGENCIA UNIVERSAL DE VIAJES EL SALVADOR

Es una agencia que, según su información, tienen 30 años de experiencia en prestar servicios de viajes. Tienen servicios de viajes nacionales como internacionales, además de brindar "coaching" para realizar viajes.

- **Comportamiento en redes sociales**

La mayoría de las publicaciones de la marca son sobre los paquetes de vuelos que ofrecen hacia destinos extranjeros. La marca tiene un promedio de cinco publicaciones a la semana y en promedio obtiene 35 reacciones en sus posts, un número bajo para una página que, a la fecha de realización de este análisis, cuenta con 11, 686 seguidores.

Cuentan solamente con una página de Facebook, pues no se observan links que dirijan alguna otra red social. Sus publicaciones son conformadas por artes básicos y poco creativos, no cuentan con un diseñador gráfico que maneje una línea gráfica para la marca.

- **Diferencias con Trotamundos Travel**

La principal diferencia que existe entre Agencia Universal de Viajes El Salvador y Trotamundos Travel son los años de experiencia y el tiempo en el mercado que la primera tiene sobre la segunda. Es un punto determinante al momento de decidir por una agencia, sin embargo, nuestra marca cuenta con ideas nuevas e innovadoras para la realización de viajes.

A pesar de la diferencia de existencia entre ambas marcas, se tienen grandes oportunidades de competir en contra de Agencia Universal, pues se cuenta con línea

gráfica definida y variedad de contenido que atraerá a clientes potenciales en busca de una empresa que muestre regularidad, compromiso y creatividad.



VITUR AGENCIA DE VIAJES EL SALVADOR

Es una agencia la cual no nos brinda mayor información sobre sus servicios o productos. No cuentan con información a la cual acudir, simplemente las opiniones y calificaciones que sus clientes les otorgan en su página de Facebook.

- **Comportamiento en redes sociales**

Es una marca que no le toma importancia a mantener activas y generar contenido para sus redes sociales. En promedio se hace una publicación por mes, las cuales tienen un promedio de 5 reacciones un número muy bajo para una empresa que cuenta con casi 8,000 seguidores en su página de Facebook. Se podría considerar una página inactiva, pero, a la fecha que se realiza este trabajo, han realizado una publicación un día previo a su análisis.

Evidentemente no cuentan con una persona encargada de las redes sociales, mucho menos con un diseñador gráfico que maneje la línea gráfica de la marca. Sus publicaciones se conforman de un copy más el url de su propia página, en su mayoría comparten contenido de terceros que tienen relación con el rubro de turismo.

- **Diferencias con Trotamundos Travel**

A diferencia de VITUR, Trotamundos Travel si genera y crea contenido propio para sus redes sociales y presenta mayor regularidad para publicar y generar movimiento en sus redes sociales. Un punto a destacar es que VITUR cuenta con buenas opiniones y calificaciones de sus clientes lo que da ventaja sobre Trotamundos que por el momento no posee referencias que reflejen el trabajo realizado por la empresa.

Trotamundos tienen una enorme oportunidad de competir y superar a VITUR, porque estamos hablando de competir con una empresa prácticamente inactiva, mientras

Trotamundos sigue generando números positivos y más adeptos, VITUR está estancada en una situación de la cual no se ven intenciones de salir.



AVENTURA EXPLORER CON ROBERTO CORTEZ

Es una agencia dirigida por una persona que realiza viajes de manera nacional e internacional a lugares que salen fuera de lo común y que busca brindar una experiencia extrema sus clientes que viven las travesías explorer.

- **Comportamiento en redes sociales**

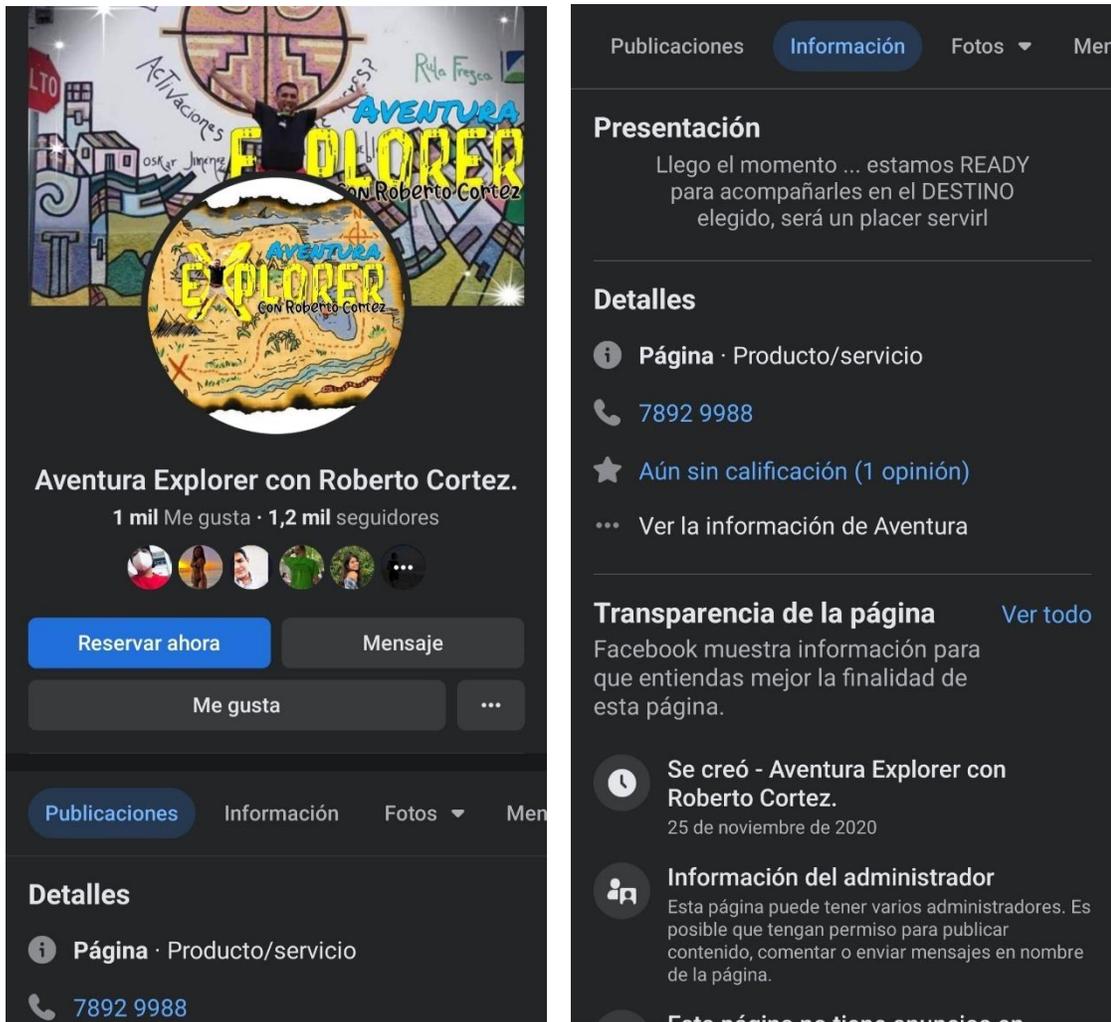
Es una marca que se mantiene en constante movimiento en las redes sociales y posee interacción moderada entre el contenido que genera y sus seguidores. Es una marca dirigida por una persona, pero que no posee una línea gráfica definida. La creación de artes es poca o nula, pues promocionan sus viajes solo con fotografía o, a veces, artes retomados de terceros.

En promedio realizan cuatro publicaciones a la semana que genera una media de 20 interacciones con cada una de ellas, un número considerable teniendo en cuenta que la página posee un poco más de mil seguidores. Los copys de las publicaciones contiene información bastante completa y aplican el "Call To Action".

- **Diferencias con Trotamundos Travel**

Aventura Explorer con Roberto Cortez tiene solamente un par de años de funcionamiento, pero a nivel regional se ha podido colocar como una agencia con muy buena imagen debido a "Roberto Cortez", quien es la imagen y dueño de la marca. Los servicios ofrecidos por Aventura Explorer son similares con Trotamundos Travel, pero nuestra marca permite elegir los destinos a diferencia de la competencia que sus destinos son establecidos por ellos mismos.

Trotamundos Travel tiene oportunidades de competir y ponerse al nivel de Aventura Explorer, a través de la creación de contenido y la divulgación de la marca mediante la red de contactos de los fundadores de la marca y su círculo cercano de personas.



The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Aventura Explorer con Roberto Cortez'. The page features a cover photo of a man standing in front of a colorful mural with the words 'AVENTURA EXPLORER' and 'Rita Fresco'. The profile picture is a circular logo with a map and the text 'AVENTURA EXPLORER con Roberto Cortez'. The page has 1,200 followers and 1,000 likes. It includes buttons for 'Reservar ahora', 'Mensaje', and 'Me gusta'. The page is categorized as 'Página · Producto/servicio' with a phone number '7892 9988'. The 'Información' tab is selected, showing a 'Presentación' section with the text: 'Llego el momento ... estamos READY para acompañarles en el DESTINO elegido, será un placer servir!'. Below this is a 'Detalles' section with a star icon and the text 'Aún sin calificación (1 opinión)'. The 'Transparencia de la página' section states 'Facebook muestra información para que entiendas mejor la finalidad de esta página.' and includes a 'Ver todo' link. The 'Se creó - Aventura Explorer con Roberto Cortez.' section shows the page was created on 25 de noviembre de 2020. The 'Información del administrador' section explains that the page can have multiple administrators.

Publicaciones Información Fotos Men

Presentación

Llego el momento ... estamos READY para acompañarles en el DESTINO elegido, será un placer servir!

Detalles

Página · Producto/servicio

7892 9988

Aún sin calificación (1 opinión)

Ver la información de Aventura

Transparencia de la página

Ver todo

Facebook muestra información para que entiendas mejor la finalidad de esta página.

Se creó - Aventura Explorer con Roberto Cortez.
25 de noviembre de 2020

Información del administrador

Esta página puede tener varios administradores. Es posible que tengan permiso para publicar contenido, comentar o enviar mensajes en nombre de la página.

Esta página no tiene anuncios en

BUYER PERSONA

BUYER PERSONA UNO

- **Diego Serrano (Agente de Customer Service)**

Cristian es un agente de Customer Service en un Call Center. Tiene 24 de edad y sus mayores aficiones son viajar y salir de fiesta. Le gusta viajar con sus amigos a diversos lugares. Sin embargo, está aburrido de viajar a los mismos lugares y busca nuevas opciones para explorar.

Características

- ✓ Tiene 24 de años y suele salir de fiesta o salir de paseo con sus amigos al menos tres fines de semana al mes.
- ✓ Es soltero y vive con sus padres en el municipio de San Salvador del departamento de San Salvador.
- ✓ Tiene un salario bruto de \$6,000 dólares anuales.
- ✓ Es agente de Customer Service en un Call Center ubicado en San Salvador.
- ✓ Busca nuevos destinos en el país para visitar con sus amigos los fines de semana.
- ✓ Su principal objetivo es encontrar destinos, fuera de los que normalmente frecuenta como las playas de la Libertad o los volcanes de la zona occidental del país.

BUYER PERSONA DOS

- **Maritza Durán (Licenciada en Ciencias de la Educación)**

Maritza es una profesora de matemáticas en un colegio privado. Tiene 50 años de edad y su afición es viajar para visitar a su familia y amigos que viven en el exterior. Cada año viaja hacia los Estados Unidos durante las vacaciones. Sin embargo, está cansada de los precios costosos de los vuelos durante la temporada alta.

Características

- ✓ Tiene 50 años y suele viajar a los Estados Unidos al menos tres veces al año durante las fiestas para visitar a su familia y amigos.
- ✓ Es divorciada y vive con sus dos hijos en el municipio de Santa Tecla del departamento de La Libertad.
- ✓ Tiene un salario bruto de \$10,000 dólares anuales.
- ✓ Es profesora de matemáticas en un colegio privado ubicado en Santa Tecla.
- ✓ Busca estrategias de ahorro al momento de viajar hacia el exterior del país.
- ✓ Su principal objetivo es encontrar paquetes económicos de vuelos que le permitan ahorrar dinero durante la temporada alta de viajes.

BUYER PERSONA TRES

- **Carlos Morales (Contador Público)**

Carlos es un contador público en un restaurante de San Salvador. Tiene 32 años de edad y su mayor anhelo es viajar por el mundo para conocer nuevos lugares y recopilar experiencias de vida. Le gusta viajar solo y conocer personas nuevas durante su trayecto. Busca opciones flexibles y económicas para viajar otros países y realizar actividades para conocer nuevas personas y hacer amigos.

Características

- ✓ Tiene 32 de años y su mayor anhelo es viajar por el mundo para conocer nuevos lugares y recopilar experiencias de vida.
- ✓ Es soltero y vive con un rommie en el municipio de Santa Tecla departamento de La Libertad.
- ✓ Tiene un salario bruto de \$10,800 dólares anuales.
- ✓ Es contador público en un restaurante ubicado en San Salvador.
- ✓ Busca opciones flexibles y económicas para viajar.
- ✓ Su principal objetivo es viajar a otros países y realizar actividades para conocer nuevas personas y hacer amigos.

CANAL DIGITAL A UTILIZAR

FACEBOOK

El canal digital seleccionado a utilizar para posicionar la marca de agencia de viajes "Trotamundos Travel", y promover sus servicios, es la red social "Facebook". Desde hace muchos años atrás, la red social se ha posicionado como la número uno a nivel mundial, y en 2022 se mantiene en lo más alto con más de 2.900 millones de usuarios a nivel mundial, lo que la convierte en el canal ideal para la difusión de contenido y posicionamiento de la marca para el reconocimiento y aprobación de las masas.

Además de un medio de comunicación y entretenimiento, Facebook funciona como una enorme tienda digital donde las personas buscan productos y servicios para solucionar sus necesidades. Es el medio utilizado mayormente por personas entre las edades de 25 a 55 años que son activas laboralmente y pueden costearse los servicios de una agencia de viaje.

Se descartó a redes sociales como Youtube, Instagram y TikTok porque son redes de mayor entretenimiento y alojan a personas, en promedio, entre los 16 y 23 años de edad, quienes, en su mayoría, son estudiantes y dependen económicamente de sus padres. Twitter quedó fuera por ser la red social menos popular y por ser un medio preferido por las personas para informarse y no para adquirir productos, mientras tanto Whatsapp es un medio digital específicamente para la comunicación y la venta es muy complicada de realizar.

Facebook es una efectiva herramienta de conexión porque te permite visualizar el contenido y perfiles con los que tus amigos interactúan, facilitando así el descubrimiento de nuevas páginas de interés. Durante el trabajo las personas suelen constantemente ingresar a Facebook para ver "memes" y desviar su atención del estrés diario, lo que es una oportunidad para mostrar contenido de la marca en sus ratos libres.

LÍNEAS DE CONTENIDO

CONTENIDO INSTITUCIONAL O CORPORATIVO

El contenido institucional o corporativo permitirá brindar información a las personas para que puedan comprender el origen de la marca, su funcionamiento, su visión, los servicios que se ofrecen y la manera en que se ofrecen. Es decir, nos permitirá describir la razón y el por qué la agencia "Trotamundos Travel" se encuentra en la red social".

CONTENIDO DE VALOR

El contenido de valor permitirá orientar y educar a los clientes, y potenciales clientes, sobre cómo comprar, cuidar, mantener, usar y aprovechar el producto, servicio o experiencia ofrecida. En esta línea se generará contenido que tenga que ver con los productos de la marca o consejos de uso diario que generen mayor interacción con las publicaciones realizadas.

CONTENIDO DE VENTA O COMERCIAL

El contenido de venta o comercial tiene por objetivo generar contenido con el fin que los clientes consuman o adquieran el producto que se les ofrece. En este tipo de contenido se incita al "Call to Action" resaltando atributos o características del producto generando el interés o curiosidad de las personas.

CONTENIDO VINCULANTE

El contenido vinculante permitirá llegar a la parte más humana de nuestra audiencia para que las personas se sientan identificadas con la marca "Trotamundos Travel". Este tipo de contenido hará posible crear una conexión entre la marca y los clientes.

LÍNEAS DE CONTENIDO Y SUBTEMAS

INSTITUCIONAL	DE VALOR	COMERCIAL	VINCULANTE
Origen	Tips	Promociones	Humor
Funcionamiento	Consejos	Campañas	Festejos
Servicios	Guías	Descuentos	Sentimientos
Visión/Misión	Beneficios	Publicidad	Inspiración
Valores	Soporte	Ventajas	Encuesta

KPI'S A MEDIR

- **Objetivo General**

Aumentar el número de seguidores que conozcan sobre la existencia de la marca de agencia de viajes "Trotamundos Travel".

- **Objetivo Específico**

Promover el origen, perfil, características y toda la información básica sobre la marca "Trotamundos Travel", con el fin de atraer a las personas a través de la comprensión sobre el funcionamiento y servicios que se ofrecen.

- **KPI's a medir**

- ✓ Visitas a la página
- ✓ Me gusta de la página
- ✓ Alcance de las publicaciones e historias

- **Objetivo General**

Aumentar el número de seguidores que conozcan sobre la existencia de la marca de agencia de viajes "Trotamundos Travel".

- **Objetivo Específico**

Lograr mayor cantidad de seguidores en la zona central del país, específicamente en los departamentos de La Libertad y San Salvador, debido a la facilidad de prestación de los servicios de la marca en estas zonas geográficas.

- **KPI's a medir**

- ✓ Audiencia (Top Locations)
- ✓ Visitas a la página
- ✓ Me gusta de la página

- **Objetivo General**

Posicionar la marca y sobresalir entre la competencia como opción confiable, viable, económica y cómoda para adquirir servicios de viajes turísticos.

- **Objetivo Específico**

Ofrecer promociones y descuentos en los servicios de la marca "Trotamundos Travel" para alentar a las personas a adquirir la asistencia o prestaciones de la agencia.

- **KPI's a medir**

- ✓ Alcance de las publicaciones e historias
- ✓ Interacciones con la publicación e historias
- ✓ Comparación de la página con negocios similares

- **Objetivo General**

Posicionar la marca y sobresalir entre la competencia como opción confiable, viable, económica y cómoda para adquirir servicios de viajes turísticos.

- **Objetivo Específico**

Generar contenido de venta y educación que despierte la curiosidad e incite a las personas a adquirir los servicios de la marca, con el fin de vivir las experiencias únicas de viajes que ofrece "Trotamundos Travel".

- **KPI's a medir**

- ✓ Alcance de las publicaciones e historias
- ✓ Interacciones con la publicación e historias
- ✓ Visitas a la página

CALENDARIO DE CONTENIDO

Calendario de Contenido Facebook 23 de octubre al 6 de noviembre					
Fecha	Tipo de Contenido	Pilar de Contenido	Subtema	Copy	Arte Gráfico
23/10/22	Post	Institucional	Historia	Conoce un poco sobre nosotros. Puedes escribirnos en cualquier momento, ¡Con gusto te atenderemos!	Pieza Gráfica 1
23/10/22	Post	De Valor	Tips	¿Estás planeando un viaje? Aquí te dejamos unos tips que te serán útiles. Escríbenos para saber más tips.	Pieza Gráfica 2
24/10/22	Story	De Valor	Encuesta	Faltan 22 días para Qatar 2022. ¿A quién apoyarás? Cuéntanos	Pieza Gráfica 3
24/10/22	Post	De Valor	Consejos	Acá tienen unos consejos que te serán de ayuda en tus viajes. Escríbenos para saber más consejos.	Pieza Gráfica 4
25/10/22	Story	Vinculante	Encuesta	¿Cuál es tu mejor recuerdo en un viaje? ¡Cuéntanos!	Pieza Gráfica 5

25/10/22	Post	De Valor	Guías	¿Sabías a cuántos países puedes ir solo con el pasaporte salvadoreño? Síguenos para más curiosidades	Pieza Gráfica 6
26/10/22	Post	Institucional	Funcionamiento	Conoce un poco sobre lo que hacemos. Escríbenos para mayor información	Pieza Gráfica 7
26/10/22	Post	De Valor	Beneficios	¿Sabías que viajar trae muchos beneficios? Acá te dejamos algunos de ellos. Escríbenos para saber más.	Pieza Gráfica 8
27/10/22	Post	Comercial	Publicidad	¿Para qué buscar en otro lado? En Tromundos Travel te ofrecemos lo mejor. Escríbenos para conocer más.	Pieza Gráfica 9
27/10/22	Story	De Valor	Consejos	¡Haz una lista de lo que llevarás a tu viaje para no olvidar nada!	Pieza Gráfica 10
28/10/22	Post	De Valor	Tips	Acá tienes un par de tips si estás pensando en viajar	Pieza Gráfica 11

				próximamente. Escríbenos para saber más tips.	
28/10/22	Story	De Valor	Encuesta	¡Faltan 58 días para Navidad! ¿Dónde viajarás para Navidad? Cuéntanos	Pieza Gráfica 12
29/10/22	Story	De Valor	Beneficios	Viajar en pareja... fortalece la relación y se crean recuerdos juntos	Pieza Gráfica 13
29/10/22	Post	De Valor	Guías	¿Quieres viajar a otro país para conocer sus playas? Acá te dejamos las preferidas por los turistas.	Pieza Gráfica 14
30/10/22	Story	Institucional	Servicios	¿Qué servicios ofrecemos? Excursiones. Viajes Personalizados. Asesorías	Pieza Gráfica 15
30/10/22	Story	De Valor	Tips	Antes de tus viajes asegúrate que tus documentos estén vigentes y en regla	Pieza Gráfica 16
31/10/22	Post	De Valor	Consejos	Acá tienes unos consejos si piensas viajar estos últimos meses del año. Síguenos para más consejos.	Pieza Gráfica 17

31/10/22	Post	Vinculante	Festejos	¿Y tú como celebras Halloween? Cuéntanos en los comentarios	Pieza Gráfica 18
01/11/22	Story	Comercial	Descuentos	¡Obtén 50% de descuento al contratar cualquiera de nuestros servicios en los próximos 15 días!	Pieza Gráfica 19
01/11/22	Post	De Valor	Guías	Estos son algunos de los monumentos más famosos del mundo, ¿Cuál te gustaría visitar?	Pieza Gráfica 20
02/11/22	Post	De Valor	Beneficios	¿Sabes lo beneficios que puede ser viajar? Acá te contamos un par de beneficios que trae viajar	Pieza Gráfica 21
02/11/22	Story	Vinculante	Encuesta	2 de noviembre ¡Día de Los Muertos!	Pieza Gráfica 22
03/11/22	Post	De Valor	Consejos	¿Estás pensando en viajar? Toma en cuenta estos consejos y tendrás una experiencia agradable	Pieza Gráfica 23

03/11/22	Story	Institucional	Valores	La responsabilidad y compromiso con nuestros clientes es lo más importantes	Pieza Gráfica 24
04/11/22	Post	De Valor	Tips	Te compartimos un par de tips si estás pensando en viajar. Síguenos para saber más tips.	Pieza Gráfica 25
04/11/22	Story	Vinculante	Encuesta	¿Dónde quieres viajar antes que termine el año?	Pieza Gráfica 26
05/11/22	Post	De Valor	Beneficios	Mira estos beneficios que obtienes cuando viajas. Escríbenos para saber más consejos.	Pieza Gráfica 27
05/11/22	Story	De Valor	Encuesta	Prefieres viajar a un país de Europa o América	Pieza Gráfica 28
06/11/22	Post	De Valor	Guía	Toma en cuenta estos datos si viajarás a estos países. Escríbenos para saber más.	Pieza Gráfica 29
06/11/22	Post	Comercial	Promoción	Anímate a contratar nuestros servicios y obtén un 50 % de descuento.	Pieza Gráfica 30

				Esríbenos para mayor información	
--	--	--	--	-------------------------------------	--

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAIRD, K. (1 de Febrero de 2022). *We Are Marketing*. Obtenido de <https://www.wearemarketing.com/es/blog/los-7-kpis-mas-recomendados-para-analizar-tus-campanas-de-marketing-online.html>

GradiWeb. (25 de Febrero de 2019). *GradiWeb.com*. Obtenido de <https://www.gradiweb.com/es/comercio-electronico/estrategia-marketing-digital-paso-a-paso/>

Marketing, M. (16 de Octubre de 2018). *www.mastermarketing-valencia.com*. Obtenido de <https://www.mastermarketing-valencia.com/marketing-digital/blog/como-crear-plan-de-marketing-digital/>

Molina, D. (2 de Noviembre de 2021). *IEBS*. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/marketing-contenidos-marketing-digital/>

Rockcontent. (15 de Mayo de 2020). *rockcontent.com*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/buyer-personas/>

ANEXOS

- **PIEZA GRÁFICA 1**



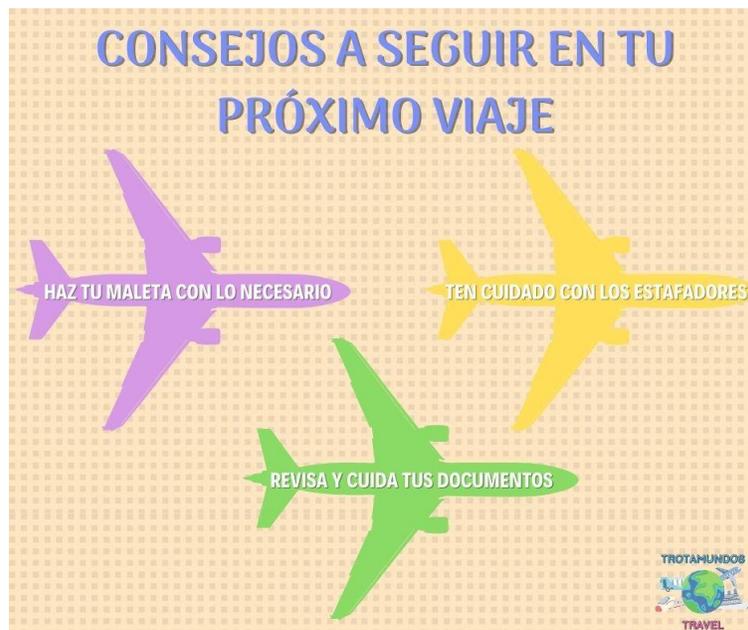
- **PIEZA GRÁFICA 2**



- **PIEZA GRÁFICA 3**



- **PIEZA GRÁFICA 4**



- **PIEZA GRÁFICA 5**



- **PIEZA GRÁFICA 6**



- **PIEZA GRÁFICA 7**

¿QUÉ HACE TROTAMUNDOS TRAVEL?

TROTAMUNDOS TRAVEL brinda la opción de poder viajar con un itinerario muy organizado y completo para que los clientes puedan disfrutar de su experiencia de una manera plena, segura y cómoda.



- **PIEZA GRÁFICA 8**

BENEFICIOS QUE OBTIENES CUANDO VIAJAS

Viajar es beneficioso para el cerebro y el corazón



Viajar ayuda a reforzar lazos afectivos



Viajar nos hace más inteligentes y creativos



- **PIEZA GRÁFICA 9**



- **PIEZA GRÁFICA 10**



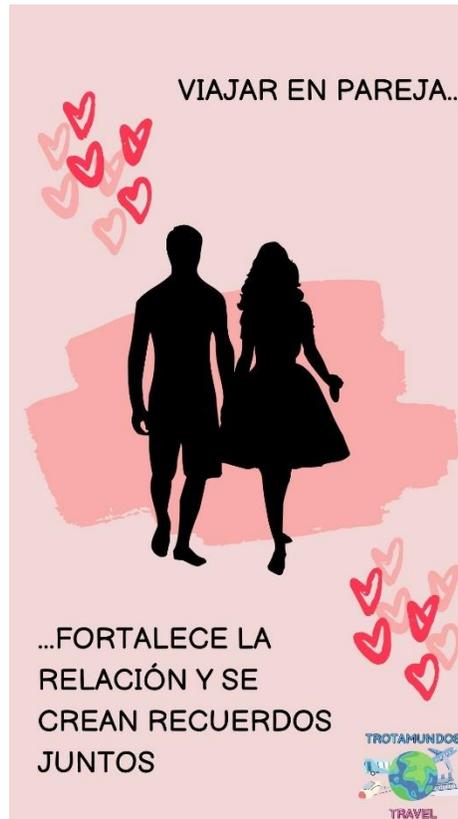
- **PIEZA GRÁFICA 11**



- **PIEZA GRÁFICA 12**



- **PIEZA GRÁFICA 13**



- **PIEZA GRÁFICA 14**



- **PIEZA GRÁFICA 15**



- **PIEZA GRÁFICA 16**



- **PIEZA GRÁFICA 17**



- **PIEZA GRÁFICA 18**



- **PIEZA GRÁFICA 19**



- **PIEZA GRÁFICA 20**



- **PIEZA GRÁFICA 21**



- **PIEZA GRÁFICA 22**



- **PIEZA GRÁFICA 23**



- **PIEZA GRÁFICA 24**



- **PIEZA GRÁFICA 25**



- **PIEZA GRÁFICA 26**



- **PIEZA GRÁFICA 27**



- **PIEZA GRÁFICA 28**



- **PIEZA GRÁFICA 29**



- **PIEZA GRÁFICA 30**

