

FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de Comunicación y Publicidad

“IMPACTO DEL MARKETING DE CONTENIDOS EN LOS
CLIENTES DE LA RED SOCIAL INSTAGRAM DE LA MARCA
YONISTERS CLOTHING”

Trabajo de suficiencia profesional para optar el título profesional de:

Licenciado en Comunicación y Publicidad

Autor:

Humberto Javier Alvarez Llerena

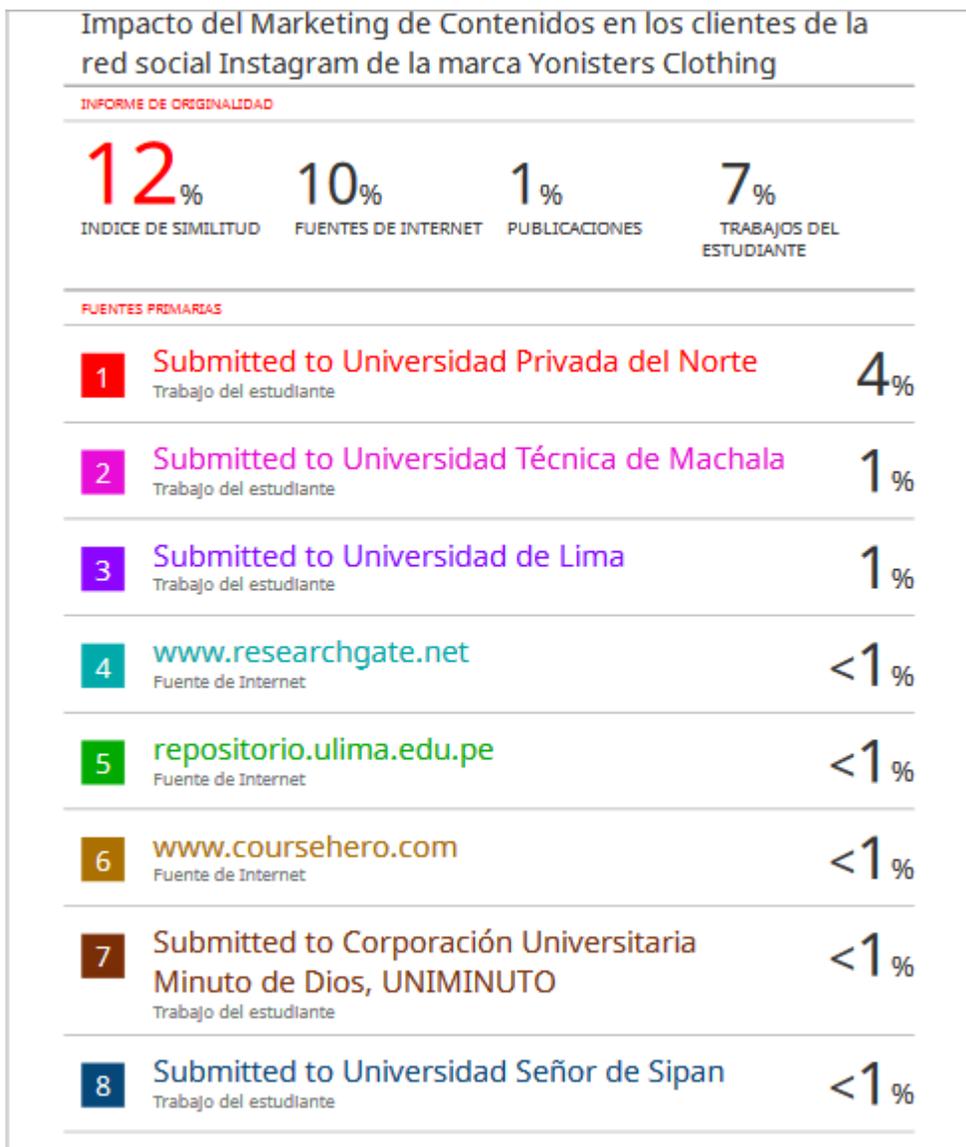
Asesor:

Mg. Diana Rossana Romano Najar
<https://orcid.org/0000-0003-3332-8064>

Lima - Perú

2024

INFORME DE SIMILITUD



DEDICATORIA

A mi madre, por todo su apoyo de inicio a fin; a mi padre, que a pesar de la extrema distancia, siempre estuvo preocupado por cómo iba y logró que sintiera un apoyo único; a mi hermano, por ser un ejemplo y motivarme a seguir adelante; y en especial, se lo dedico a mi novia, que estuvo desde el momento cero apoyándome, dándome ánimos para seguir y siendo fundamental su presencia en varias traspasadas para lograr este objetivo. Todas las personas mencionadas son lo más especial que tengo y se lo dedico a ellos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las personas involucradas para sacar adelante este proyecto. A mis padres, que no dudaron de mi capacidad ni un instante; a mi novia, por ayudarme en todo momento a lo largo de este proceso; y a mi asesora, que gracias a su ayuda, se pudo culminar satisfactoriamente este trabajo.

Tabla de contenidos

INFORME DE SIMILITUD	2
DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTO	4
ÍNDICE DE TABLAS	6
RESUMEN EJECUTIVO.....	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	10
CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA	13
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	21
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	28
REFERENCIAS.....	30
ANEXOS.....	31

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Considera que ha ido en aumento la calidad y creatividad en el contenido visual de la marca Yonisters Clothing en el presente año? 21

Tabla 2 ¿Es importante que la marca Yonisters Clothing innove en el contenido visual? 22

Tabla 3 Respecto a las nuevas colecciones que la marca Yonisters Clothing realiza. ¿Prefiere que el contenido de lanzamiento sea en formato video? 23

Tabla 4 ¿Considera llamativo el contenido visual que actualmente la marca Yonisters Clothing ha estado desarrollando en Instagram? 24

Tabla 5 ¿Cree que la marca Yonisters Clothing realiza publicaciones de contenido de valor en Instagram? 25

Tabla 6 ¿Las portadas de los vídeos en las publicaciones de Instagram llaman su atención?..... 26

RESUMEN EJECUTIVO

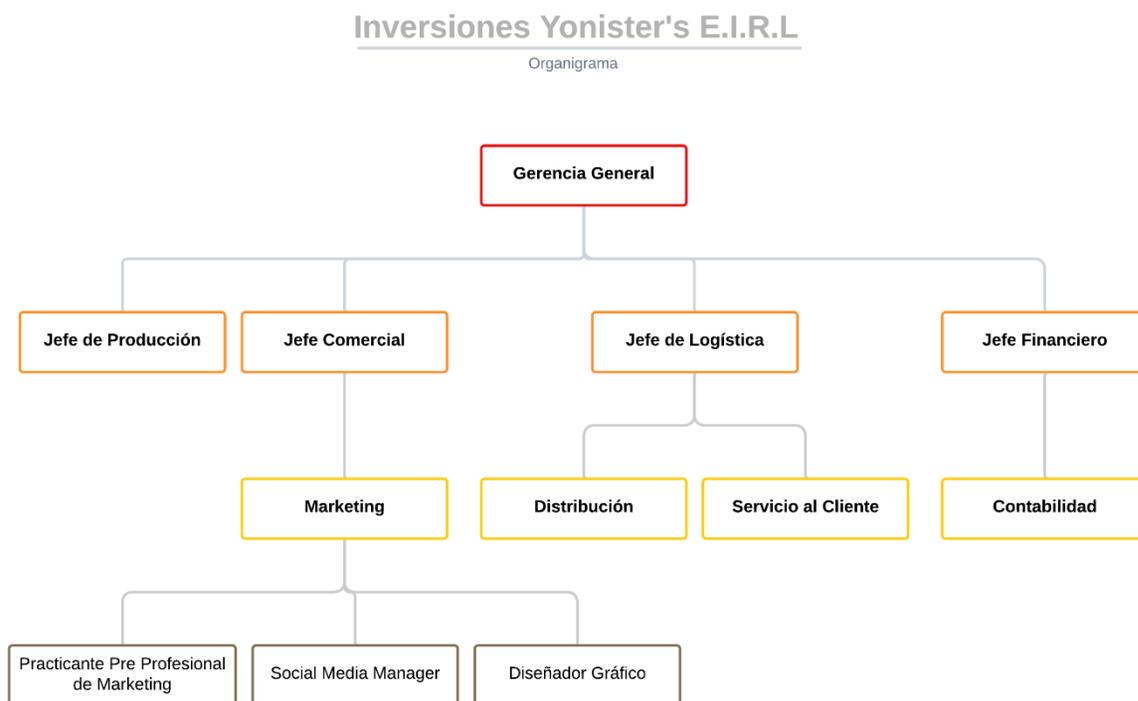
El entorno en el que desarrollé mi experiencia profesional abarcó diversas áreas, desde la creación de contenido para las páginas de la marca hasta la implementación de campañas en redes sociales, generación de alianzas estratégicas con empresas afines a la categoría y manejo de las plataformas ecommerce de Ripley, Falabella y el Grupo Intercorp. Uno de mis proyectos destacados fue la implementación del marketing de contenidos para lograr una nueva y mejorada línea gráfica en las páginas de la marca Yonisters Clothing. El desafío que enfrenté fue el de mejorar la presencia gráfica para permitir conectar con el target de manera efectiva. Utilizando herramientas de análisis de datos, tendencias en contenidos, así como modelos e inspiración de marketing de contenidos para desarrollar una estrategia eficaz. Los resultados fueron significativos, se obtuvo una mayor interacción en redes sociales y mejora en la percepción de la marca. Al finalizar el proyecto, se concluyó sobre la importancia y qué tan crucial es la estrategia de contenido para el éxito empresarial y la necesidad de adaptarse constantemente a las tendencias del mercado. Las competencias profesionales aplicadas incluyeron habilidades de contenido creativo, redacción persuasiva, análisis de datos y una comprensión profunda del público objetivo. Este proyecto demostró mi capacidad para adaptarme y crecer en un entorno empresarial en constante cambio.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

La empresa Inversiones Yonister’s E.I.R.L se fundó en el año 2010 por iniciativa del Sr. José Artemio Acuña Huanambal, Gerente General de la empresa. Inversiones Yonister’s E.I.R.L. se creó con el objetivo de brindarle a los consumidores prendas de moda de alta calidad confeccionadas con insumos nacionales, como, por ejemplo, tela peruana, proporcionando una alternativa adaptada y disponible, con tarifas competitivas y relación de confianza con nuestros clientes y trabajadores. Inversiones Yonister’s E.I.R.L con presencia en redes sociales desde el 2014, tiene como propósito convertirse en una de las empresas líderes en el sector textil de ropa para varones del país, con una innovación permanente en diseños, tonalidades y calidad de los materiales. Además de tener una destacada distribución nacional y óptima adaptación a las demandas del mercado. Durante el largo periodo en el cual desempeñé mis funciones en esta organización, ingresé como practicante preprofesional, logrando ejercer una línea de carrera en diferentes puestos como: Community Manager, Content Manager, Social Media Manager y Growth Manager. En la actualidad, Inversiones Yonister’s E.I.R.L es socio comercial de importantes empresas en el sector nacional como Falabella, Ripley, Oecshle, Plaza Vea, Real Plaza y Diners Club Mall. De las cuales, con algunas de las empresas mencionadas se logró enlazar un vínculo gracias a propuestas enviadas por el equipo de Inversiones Yonister’s, y otras nos buscaron, como es el caso de la empresa Ripley y el Grupo Intercorp. Cabe mencionar que, a lo largo de mi carrera he liderado estrategias de marketing, coordinando equipos internos y externos para campañas exitosas en redes sociales y e-commerce. Asimismo, se han establecido alianzas estratégicas con Falabella, Ripley, Diners Club Mall y el Grupo Intercorp, gestionando un inventario de los productos que se vendían a través de la plataforma, tales como: polos, jeans,

pantalones drill, joggers, shorts, bividis y sueters, que nos ha permitido tener presencia gracias a con precios competitivos y que se encuentran acorde al mercado nacional. Todo ello ha permitido contribuir al desarrollo de la marca, haciendo que tenga una mayor relevancia entre los competidores, mediante diseño creativo y la implementación de un sitio web a través de la plataforma WordPress. Mi experiencia abarca diversos aspectos del marketing digital y el comercio electrónico, desde las estrategias hasta la ejecución.

Gráfico 1. Organigrama de la empresa Inversiones Yonister's E.I.R.L



CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Durante mis años de experiencia laboral, he adquirido un sólido conocimiento práctico en áreas clave del marketing digital, como la creación de contenido, el marketing de contenidos y la publicidad programática en medios digitales. Además, logré desarrollar habilidades estratégicas creativas, análisis de datos para identificar tendencias de contenido, gestión efectiva de redes sociales y redacción persuasiva. Asimismo, alcancé una notable experiencia en la optimización de motores de búsqueda (SEO) y la implementación de campañas publicitarias en plataformas digitales. Estas habilidades han sido fundamentales para la planificación y ejecución exitosa de estrategias de marketing digital en diversos contextos laborales.

El conocimiento práctico que he mencionado encuentra sustento en diversas bases teóricas y conceptuales que provienen de campos como la psicología del consumidor y la comunicación. Por ejemplo, al hablar de redacción persuasiva, nos basamos en principios como el efecto de la escasez. Según Aguilar García, J. (2021) este principio se origina en el impulso del ser humano para obtener un bien antes de que este ya no se encuentre disponible para siempre. Asimismo, el principio de conectividad, el cual se fundamenta en que es más efectivo persuadirnos si el individuo logra provocarnos sentimientos positivos en lugar de sentimientos de rechazo. En cuanto al análisis de datos y tendencias, se respalda en teorías estadísticas que permiten interpretar patrones de comportamiento del consumidor y tomar decisiones informadas. Otros autores afirman que:

Es esencial entender cómo los clientes se relacionan con los productos, la empresa y la competencia en diversas plataformas y redes sociales. Este entendimiento une la Inteligencia de Negocios (BI) y la Inteligencia de Mercado (MI), lo que facilita la segmentación de clientes

actuales y potenciales mediante el análisis de datos de marketing. La colaboración entre BI y MI se demuestra mediante el intercambio de información determinante para la toma de decisiones estratégicas que beneficien el rendimiento de la organización. (Usaquén et al. 2020, p.6)

Por otro lado, en el ámbito del marketing de contenidos, se sustenta en teorías de la comunicación que permiten comprender la eficacia de la transmisión del mensaje. Kalua et al. (2020) mencionan que fomentar una comunicación efectiva con el cliente es fundamental para construir una cadena de valor sólida, ya que el cliente siempre busca recibir un servicio atento y soluciones que satisfagan sus necesidades. Estas bases teóricas brindan un marco sólido donde se aplica de manera práctica las estrategias de marketing digital y creación de contenido, permitiéndome establecer una conexión efectiva con el público objetivo.

Durante la ejecución del proyecto y al enfrentar el desafío laboral específico, me encontré con diversas limitaciones que influyeron en el desarrollo de mis actividades y el logro de los objetivos propuestos. Una de las principales dificultades fue la carencia de herramientas adecuadas para la creación de contenido de calidad. La falta de acceso a softwares especializados y recursos gráficos limitó la capacidad para crear materiales atractivos y profesionales.

Además, me encontré con el obstáculo de no contar con un espacio adecuado para la creación de contenido creativo y atractivo. La falta de un entorno propicio para la generación de ideas y la producción de contenido visual acotó mi capacidad para innovar y destacarnos en un mercado competitivo.

Otra limitación que nos afectó significativamente fue la falta de una figura establecida para los videos, lo cual afectó negativamente la transparencia de la marca. La carencia de un

creador de contenido que representara los valores de la marca resultó en una comunicación menos auténtica y coherente con la identidad de la empresa.

Por último, me vi condicionado por un presupuesto reducido para las campañas en redes sociales. La escasez de recursos financieros limitó nuestras opciones de promoción y publicidad en plataformas digitales, afectando la capacidad para alcanzar a nuestro público objetivo de manera efectiva.

Estas limitaciones no solo representaron obstáculos concretos en el desarrollo del proyecto, sino que también resaltaron la importancia de abordar aspectos fundamentales como la inversión en recursos adecuados, la planificación estratégica y la coherencia de la marca para lograr resultados óptimos en el ámbito del marketing digital.

CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

Mi ingreso a la empresa se concretó gracias a la recomendación de un ex colega, quien también tenía vínculos con la organización. El proceso de selección, en su totalidad, abarcó aproximadamente tres días. Durante este periodo, atravesé dos etapas distintas. En primer lugar, tuve una entrevista con quien en ese momento sería mi supervisor directo. Esta instancia permitió que él pudiera conocerme en profundidad, evaluando mis habilidades y conocimientos pertinentes al rol. La segunda etapa consistió en una evaluación práctica. En esta fase, se me solicitó la creación de contenido utilizando los productos de la empresa, así como el diseño y redacción de un copy publicitario simulando una campaña real.

Tras completar estas evaluaciones, recibí la grata noticia de mi aceptación en la empresa el mismo día. Este proceso, aunque breve, me permitió demostrar mis capacidades y habilidades en un ambiente desafiante y estimulante.

Durante mi tiempo en la empresa, desempeñé diversas funciones cruciales para el área comercial. Una de mis responsabilidades principales consistía en la creación de diseños para el packaging, merchandising, flyers y brochures, con el fin de fortalecer la identidad visual de la marca y mejorar la experiencia del usuario.

Para llevar a cabo este proyecto, utilicé herramientas especializadas como Adobe Illustrator, que me permitieron dar vida a las ideas y conceptos de manera creativa y profesional. Además, la plataforma *Freepik* se convirtió en un recurso invaluable, facilitándome acceso a una amplia gama de recursos y elementos gráficos de alta calidad, lo que agilizó considerablemente el proceso de diseño. Por otro lado, la aplicación Pinterest desempeñó un papel fundamental al

brindarme inspiración y referencias para la creación de nuevos diseños de *packaging* y *merchandising*, y ayudándome a potenciar mi enfoque creativo.

Mi rol en la empresa abarcó una segunda función fundamental, de la cual consistió en la producción y edición de contenido audiovisual, así como la elaboración de material gráfico para sus plataformas digitales. Esta tarea incluyó la creación de vídeos para redes sociales, tales como reels, IGTV y vídeo stories, así como la elaboración de fotografías de productos y el diseño y redacción de copys para las publicaciones en las páginas de la marca.

Para llevar a cabo este proyecto, utilice herramientas especializadas como Adobe Premiere Pro, lo que me permitió crear y editar contenido audiovisual de alta calidad, garantizando una presentación atractiva y profesional en las redes sociales. Además, el uso de una cámara semi profesional proporcionada por la empresa fue un complemento perfecto para garantizar la producción de imágenes y vídeos de alta calidad. En cuanto al diseño gráfico, recurrí a Adobe Photoshop, lo que me permitió crear diseños visualmente atractivos y coherentes con la identidad de la marca. Además, con el objetivo de mejorar mis habilidades en la redacción de copys, opté por realizar un curso corto especializado en esta área. Este curso me permitió perfeccionar mis habilidades de redacción y comunicación, lo que se reflejó en la calidad y efectividad de los mensajes transmitidos a través del contenido digital.

El objetivo primordial de esta función consistió en desarrollar un contenido diferenciado y atractivo, diseñado específicamente para captar la atención de nuevos usuarios y fortalecer el compromiso de la audiencia existente. A través de una combinación de contenido audiovisual y gráfico de alta calidad, buscábamos brindar una experiencia única que destacara la propuesta de valor de la empresa y la diferenciara en un mercado altamente competitivo.

Otra tarea crucial que también asumí en la empresa fue la gestión de las páginas en redes sociales y el manejo de las plataformas e-commerce de reconocidas empresas como Falabella, Ripley, Diners Club Mall, Oechsle, Real Plaza y Plaza Vea. Para la gestión de las redes sociales, utilicé Meta Business Suite, lo que me permitió administrar eficientemente el contenido y la interacción con la audiencia en estas plataformas. En cuanto al manejo de los e-commerce, mi responsabilidad principal consistía en garantizar la actualización del inventario y los precios de los productos de la marca en cada una de estas plataformas. Además, coordinaba la aplicación de ofertas y descuentos especiales durante eventos como *Cyber Days*, *Cyber Wow*, *Black Friday*, *Venta Power*, entre otros.

El desarrollo de este proyecto se llevó a cabo a través de las propias plataformas de cada e-commerce.

Allí, realizaba cargas de productos, gestionaba ofertas especiales y lanzaba campañas por períodos determinados. Esta tarea se facilitaba tanto mediante la interfaz de las plataformas como a través de la manipulación de archivos Excel, lo que me permitió adquirir experiencia y mejorar mis habilidades con el programa.

El objetivo principal de este proyecto era incrementar las ventas y la presencia en línea de la marca. Al tener presencia en las plataformas e-commerce mencionadas, estábamos seguros de que la marca establecería una reputación sólida y, sobre todo, brindaría seguridad y confianza a nuestros clientes. Asimismo, buscábamos mejorar la experiencia de compra en línea, garantizando una navegación fluida y una presentación atractiva de nuestros productos en estos sitios de renombre.

Asimismo, estuve a cargo de la identificación de oportunidades comerciales y la creación de alianzas estratégicas con empresas relacionadas con nuestra área de actividad.

El desarrollo de este proyecto se basó en la implementación del nuevo contenido en redes sociales para la marca Yonisters Clothing, lo que nos permitió establecer relaciones corporativas sólidas. Un ejemplo destacado de esta estrategia fue cuando una empresa, tras descubrir nuestro contenido, nos contactó por correo electrónico para explorar posibles colaboraciones. Estas acciones evidenciaron el impacto positivo de nuestra estrategia de marketing de contenidos en la formación de alianzas estratégicas.

El objetivo principal de esta estrategia era expandir nuestra presencia en el mercado nacional, garantizando una mayor relevancia para la marca Yonisters Clothing frente a nuestros competidores. Para lograr este objetivo, buscábamos establecer alianzas estratégicas con empresas reconocidas y relacionadas con nuestra área de actividad, con el fin de aumentar nuestra visibilidad y penetración en diversos segmentos del mercado. Además, teníamos como aspiración ampliar nuestra presencia en todas las plataformas e-commerce reconocidas a nivel nacional, lo que nos permitiría llegar a una audiencia más amplia y consolidar nuestra posición en la industria.

Además de ello, tuve bajo mi cargo la implementación de estrategias digitales publicitarias y la ejecución de campañas para redes sociales, lo que incluyó la realización de pruebas A/B para optimizar los resultados.

El desarrollo de este proyecto inició con un análisis, tanto interno como externo, que comprendió desde el estudio de la competencia hasta la comprensión de los intereses y necesidades de nuestros usuarios. Basándome en estos hallazgos, presenté una propuesta

detallada a mi jefe directo, la cual incluía un presupuesto establecido necesario para llevar a cabo las campañas publicitarias. Una vez aprobada la propuesta, procedí a la ejecución del plan, lo cual implicó la creación de contenido creativo y llamativo diseñado para captar la atención de nuestra audiencia objetivo. Posteriormente, segmenté cuidadosamente nuestro público objetivo y seleccioné las ubicaciones estratégicas en las plataformas de redes sociales donde se mostrarían los anuncios. Además, asigné el presupuesto correspondiente a cada campaña para garantizar una distribución efectiva de los recursos.

El objetivo principal de estas estrategias era ampliar nuestra cartera de clientes, llegando a nuevos distritos e incluso provincias. Aunque ya teníamos un nicho establecido, Yonisters Clothing aspiraba a seguir expandiendo su alcance y presencia en el mercado, y las campañas publicitarias digitales fueron una herramienta clave para lograr este objetivo.

Cabe mencionar que, una de mis responsabilidades fundamentales consistió en realizar el benchmarking competitivo para el desarrollo de estrategias, un procedimiento esencial para potenciar la competitividad y el rendimiento de la empresa, al mismo tiempo que se fomenta la innovación y la eficiencia.

Para llevar a cabo este proyecto, empleé plataformas especializadas como *SimilarWEB*, *Mention e InfiniGraph*. Inicé el proceso realizando un análisis interno exhaustivo de la empresa para identificar posibles áreas de mejora. Posteriormente, seleccioné cinco competidores dentro del mismo mercado para realizar un análisis comparativo más detallado. Una vez recopilada la información relevante, creé una tabla de comparación para evaluar indicadores clave, como la velocidad de carga del sitio web, la velocidad de respuesta y la calidad y creatividad de los contenidos publicitarios. Además, llevé a cabo una investigación de campo para obtener datos

adicionales y realizar una comparación más precisa. Basándome en las oportunidades identificadas y los puntos de mejora, diseñé una estrategia de diferenciación. Esto implicó la creación de contenido más creativo, inspirado en las mejores prácticas observadas en los competidores.

En resumen, el objetivo principal de este proyecto fue mejorar la competitividad y el rendimiento general de la empresa, mediante la identificación de oportunidades de mejora y la implementación de estrategias innovadoras y eficientes. Este proceso no solo fortaleció la posición de la empresa en el mercado, sino que también promovió la excelencia en todas las áreas de su operación.

De la misma forma, estuve al frente de la planificación, desarrollo y programación de grillas de contenido para las redes sociales de la empresa, un proceso esencial para mantener el orden y la coherencia en nuestras publicaciones.

Para llevar a cabo este proyecto, fue imprescindible coordinar estrechamente con mi jefe directo para comprender los requerimientos y necesidades específicas de la empresa en ese momento. Esto incluyó identificar qué productos necesitaban promoción, cuáles estaban en su último stock y cuáles estaban agotados, lo que permitió desarrollar una estrategia de contenido efectiva y adaptada a nuestras metas comerciales. El éxito de esta función se vio facilitado gracias al uso de plataformas como *Notion*, *Trello*, *Asana* y *Slack*. Estas herramientas proporcionaron un marco organizativo sólido, permitiéndome mantener el orden y la estructura en el proceso de planificación y programación de contenido. Además, nos permitieron almacenar y compartir el contenido de manera eficiente, asignar tareas específicas y establecer fechas límite para las campañas importantes.

El objetivo principal de esta función era cambiar el enfoque de las publicaciones en redes sociales. Anteriormente, las publicaciones se realizaban de manera espontánea y sin una estrategia clara. Sin embargo, mediante la implementación de grillas de contenido planificadas, pudimos asegurar que cada publicación estuviera alineada con nuestros objetivos comerciales y contribuyera de manera efectiva a nuestra presencia en línea. Esto no solo aumentó la coherencia y relevancia de nuestras publicaciones, sino que también fortaleció la marca y mejoró la interacción con nuestra audiencia en las redes sociales.

Sin embargo, una de las tareas más desafiantes que asumí fue la implementación del sitio web en WordPress, desde el diseño hasta su funcionalidad total. Este proyecto representó un desafío significativo, ya que requería dominar diversas habilidades y procesos técnicos.

Para llevar a cabo este proyecto, me adentré en una amplia búsqueda de fuentes de tutoriales y recursos en línea. Revisé y estudié cada paso y proceso, desde la creación de la maqueta inicial hasta la integración de la pasarela de pago. Durante dos meses, me dediqué intensamente a este proyecto, siendo la única persona involucrada en su desarrollo.

A pesar de los desafíos, esta experiencia me permitió adquirir nuevas habilidades y conocimientos, especialmente en el uso de *plugins* de WordPress y cómo estos pueden mejorar la experiencia del usuario. A medida que avanzaba en el proyecto, comprendí la importancia de cada detalle en el diseño y la funcionalidad del sitio web para garantizar una experiencia de usuario óptima.

El objetivo principal de la implementación del sitio web no se limitaba únicamente a aumentar las ventas. También buscábamos realizar campañas de conversión efectivas a través del sitio web y medir con mayor precisión los resultados obtenidos. Además, buscábamos adquirir

leads cualificados y facilitar el proceso de pago para nuestros clientes, mejorando así la experiencia de compra en línea y fortaleciendo nuestra presencia en el mercado digital.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

A continuación, se presentarán los resultados obtenidos de una encuesta llevada a cabo entre los clientes de la marca Yonisters Clothing, con el propósito de obtener retroalimentación sobre la nueva estrategia de contenidos implementada en las redes sociales de la página de la marca. Además, se compartirán los resultados de las campañas más relevantes, las cuales estuvieron alineadas con los hallazgos de la encuesta. Estos análisis serán presentados mediante tablas y figuras, garantizando así una precisión y claridad óptimas para su comprensión.

Tabla 1

¿Considera que ha ido en aumento la calidad y creatividad en el contenido visual de la marca Yonisters Clothing en el presente año?

Opción	Número de respuestas	Porcentaje
Siempre	55	50,9%
Casi siempre	45	41.7%
A veces	8	7.4%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	108	100%

Nota. Los datos obtenidos sugieren una percepción general positiva en cuanto a la evolución del contenido visual de la marca Yonisters Clothing durante el año actual. El incremento en la calidad y creatividad del contenido visual de Yonisters Clothing se debe a diversos factores. En primer lugar, la empresa ha implementado nuevas estrategias creativas, lo que incluye el uso de diseños innovadores y conceptos visuales atractivos. Además, Yonisters Clothing ha destinado más

recursos y atención al desarrollo de su contenido visual, lo que ha resultado en una mejora general en la calidad y creatividad de sus publicaciones en redes sociales. Por último, la retroalimentación directa de los clientes ha desempeñado un papel crucial en este proceso, lo que ha permitido identificar áreas de mejora y ajustar el enfoque para satisfacer mejor las expectativas del público. En resumen, el incremento observado en la calidad y creatividad del contenido visual de Yonisters Clothing puede atribuirse a una combinación de nuevas estrategias creativas, inversión de recursos y la retroalimentación directa de los clientes.

Tabla 2

¿Es importante que la marca Yonisters Clothing innove en el contenido visual?

Opción	Número de respuestas	Porcentaje
Siempre	75	69,4%
Casi siempre	18	16,7%
A veces	13	12%
Casi nunca	2	1,9%
Nunca	0	0%
Total	108	100%

Nota. Los clientes de Yonisters Clothing expresan una clara preferencia por la innovación en el contenido visual de la marca, lo cual puede atribuirse a varios factores. En primer lugar, esto se debe a que la innovación les permite mantenerse actualizados en un entorno digital en constante cambio. Al presentar contenido visual novedoso y creativo, la marca capta la atención de su audiencia y se destaca entre la competencia. Además, la innovación en el contenido visual mejora la experiencia del cliente al ofrecerle contenido emocionante que los motiva a interactuar y

comprometerse con la marca. En última instancia, la innovación en el contenido visual contribuye a construir una imagen de marca sólida y moderna, lo que a su vez aumenta la lealtad de los clientes y fortalece la percepción positiva de la marca en el mercado. En resumen, los clientes consideran importante que Yonisters Clothing continúe innovando en su contenido visual para mantenerse relevante, siga mejorando la experiencia del cliente y a su vez, fortaleciendo su imagen de marca en un mercado competitivo.

Tabla 3

Respecto a las nuevas colecciones que la marca Yonisters Clothing realiza. ¿Prefiere que el contenido de lanzamiento sea en formato video?

Opción	Número de respuestas	Porcentaje
Siempre	29	26,9%
Casi siempre	27	25%
A veces	44	40,7%
Casi nunca	4	3,7%
Nunca	4	3,7%
Total	108	100%

Nota. Los resultados de la encuesta muestran una división de opiniones entre los clientes de Yonisters Clothing con respecto al formato preferido para el contenido de lanzamiento. Aquellos que prefieren el contenido en formato video pueden valorar la capacidad de ver la prenda de una manera más realista y auténtica, lo que les ayuda a tomar decisiones de compra más informadas. Ya que los vídeos pueden mostrar mejor los detalles y la textura del producto en comparación con

las imágenes estáticas o los diseños digitales. Por otro lado, aquellos que prefieren las imágenes estáticas pueden sentirse frustrados por la espera que implica cargar un video, lo que puede resultar en una experiencia menos inmediata y conveniente, entonces prefieren la conveniencia y la rapidez de ver una imagen. Además, algunos clientes pueden preferir el contenido estático porque les permite examinar la prenda a su propio ritmo y enfocarse en los detalles específicos sin distracciones. En última instancia, estas diferencias en las preferencias pueden estar influenciadas por la comodidad tecnológica, la velocidad de conexión a Internet y las preferencias individuales de consumo de medios.

Tabla 4

¿Considera llamativo el contenido visual que actualmente la marca Yonisters Clothing ha estado desarrollando en Instagram?

Opción	Número de respuestas	Porcentaje
Siempre	62	57,4%
Casi siempre	39	36,1%
A veces	7	6,5%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	108	100%

Nota. La alta percepción de llamatividad del contenido visual de Yonisters Clothing en Instagram puede atribuirse a varios factores. En primer lugar, la marca podría estar utilizando estrategias visuales efectivas, como colores vivos, diseños creativos y composiciones interesantes que llaman la atención de los usuarios al desplazarse por la plataforma. Además, es posible que la marca esté

presentando contenido visual relevante y de alta calidad, lo que conecta con los intereses y gustos de la audiencia, lo que aumenta la probabilidad de que los usuarios lo encuentren llamativo y atractivo. Asimismo, la consistencia en la presentación de contenido visual atractivo puede haber contribuido a construir una identidad de marca sólida y deseable en la mente de los consumidores, lo que les lleva a percibir el contenido como llamativo. En resumen, la combinación de estrategias visuales efectivas, contenido relevante y consistencia en la presentación puede explicar por qué la mayoría de los clientes de Yonisters Clothing consideran que su contenido visual en Instagram es llamativo.

Tabla 5

¿Cree que la marca Yonisters Clothing realiza publicaciones de contenido de valor en Instagram?

Opción	Número de respuestas	Porcentaje
Siempre	42	38,9%
Casi siempre	47	43,5%
A veces	18	16,7%
Casi nunca	1	0,9%
Nunca	0	0%
Total	108	100%

Nota. La mayoría de los clientes de Yonisters Clothing perciben que la marca realiza publicaciones de contenido valioso en Instagram debido a varios factores. Una de ellas podría ser la consistencia en la calidad del contenido que comparten y puede haber contribuido a esta una percepción positiva. Además, es probable que la marca se haya centrado en proporcionar información

relevante y útil para su audiencia, lo que aumenta la percepción de valor. Asimismo, es posible que Yonisters Clothing haya optado por una estrategia de comunicación auténtica y transparente, lo que genera confianza y aprecio por parte de los seguidores. Por otro lado, un 16.7% de clientes encuestados considera que solo a veces la marca publica contenido valioso en Instagram. Esto se debe a que probablemente este grupo tenga expectativas específicas sobre el tipo de contenido que desean ver, y cuando estas no se cumplen, perciben que solo algunas de las publicaciones son valiosas para ellos. Además, es muy común que pueda haber cierta subjetividad en la percepción del valor del contenido, y lo que algunos clientes consideran valioso, otros pueden verlo de diferente manera.

Tabla 6

¿Las portadas de los vídeos en las publicaciones de Instagram llaman su atención?

Opción	Número de respuestas	Porcentaje
Siempre	55	50,9%
Casi siempre	39	36,1%
A veces	14	13%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	108	100%

Nota. La mayoría de los clientes de Yonisters Clothing, representados por el 87% que respondió "Siempre" o "Casi siempre", encuentran las portadas de los vídeos en las publicaciones de Instagram llamativas. Esto puede deberse a factores como el diseño visualmente atractivo de las portadas, el uso de colores vibrantes o imágenes impactantes, así como textos de descuentos y/o

promociones en las portadas. Estos factores logran captar la atención del espectador de manera rápida y efectiva. Por otro lado, un pequeño grupo del 13% de los encuestados indicó que solo a veces encuentran las portadas de los vídeos en las publicaciones de Instagram llamativas. Esto puede deberse a las preferencias individuales en cuanto al tipo de contenido visual que llama la atención de cada persona.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se puede concluir que, luego de un análisis tanto interno como externo sobre las preferencias del contenido, es crucial destacar cómo ha desempeñado un rol importante la innovación constante. Este aspecto indica que las estrategias para introducir nuevos conceptos e ideas en el contenido visual fueron bien recibidas por los clientes, lo que ha contribuido significativamente al éxito de la marca en sus redes sociales. Asimismo, es importante resaltar cómo las estrategias implementadas para mejorar la calidad y creatividad del contenido visual han aportado significativamente en captar la atención de los clientes. Por otro lado, en cuanto a las preferencias por el formato de lanzamiento de nuevas colecciones, surge la necesidad de desarrollar e idear una propuesta más completa con diferentes alternativas. Esto se debe a la división entre los clientes respecto a este tipo de estrategia y puede que no esté satisfaciendo las expectativas de toda la audiencia en total; en consecuencia, se podría concluir que la estrategia propuesta no alcanzó la efectividad que se esperaba. En cuanto a las recomendaciones que se pueden dar, se pueden sugerir tres en específico. En primer lugar, fomentar la participación de la audiencia, ya que es de suma importancia la interacción con los seguidores, y se puede conseguir orgánicamente a través de encuestas, concursos, preguntas y respuestas, y entre otras formas de participación. Todo lo mencionado no solo ayudará a la participación o compromiso con su audiencia, sino que también facilitará una retroalimentación para futuras estrategias de contenido. En segundo lugar, diversificar el formato de contenidos. Se tiene que tomar en consideración nuevas introducciones en cuanto a formatos de contenido visual, como vídeos cortos con un presentador, vídeos informativos sobre el material de los productos, demostrando de manera transparente que es calidad A1. En caso de imágenes estáticas, se puede tomar en consideración

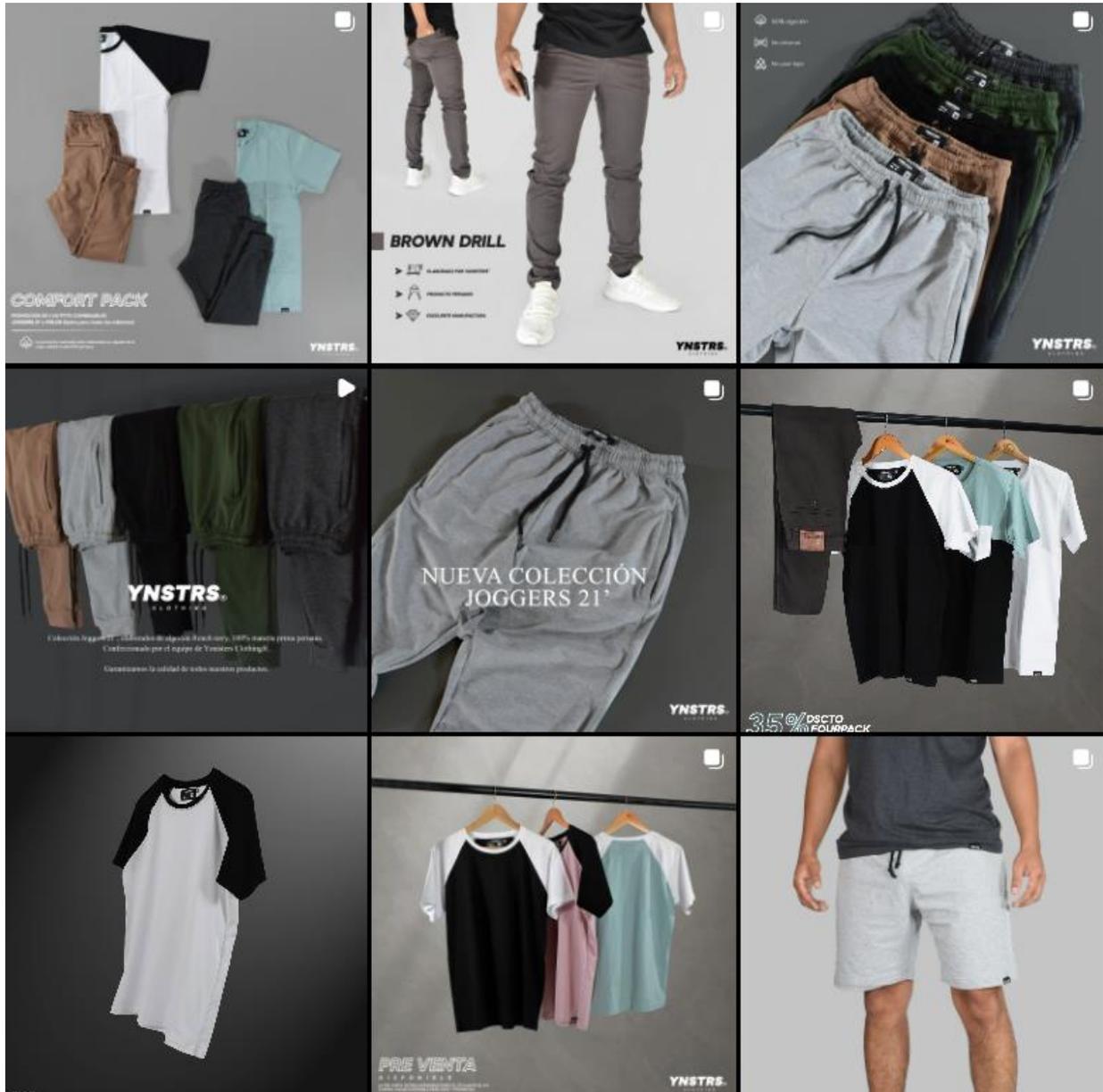
carruseles interactivos y entre otros, lo cual permitirá ofrecer una variedad en la experiencia del usuario. En tercer lugar, refinar la estrategia de contenidos. Se recomienda analizar métricas de desempeño, encuestas regulares o recopilación de comentarios directos de los clientes; esta información ayudará a identificar áreas de mejora para plantear nuevas estrategias de contenido que cumplan con las expectativas de la audiencia. En resumen, es de suma importancia seguir evaluando y ajustando las estrategias de marketing de contenidos para garantizar un éxito continuo de la marca en redes sociales.

REFERENCIAS

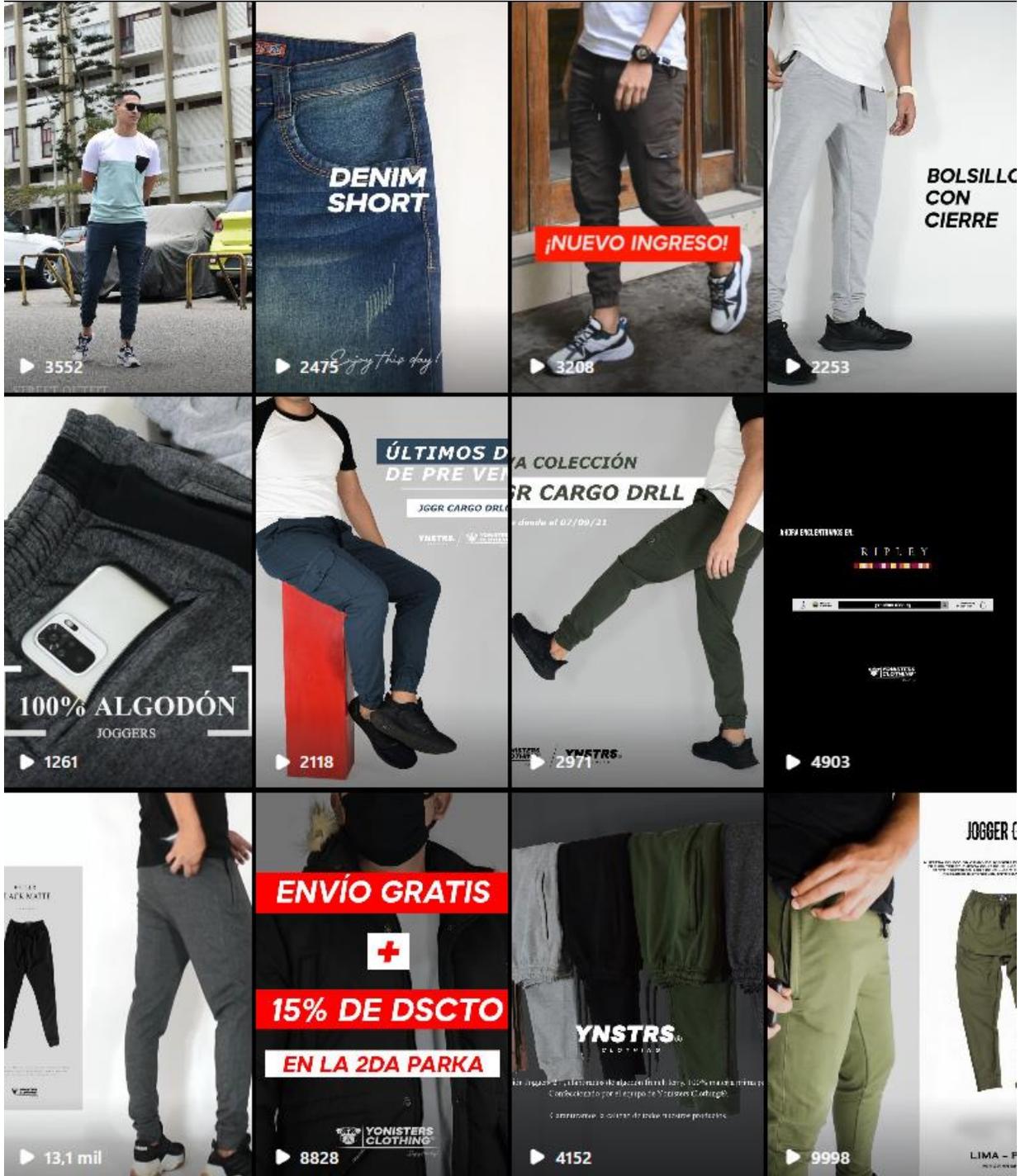
- Aguilar García, J.(2021) Psicología y persuasión publicitaria. Profundizando en el neuromarketing. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/48222>
- Kalua Freire Cabello, K., Rivera Rendón, D. E., & Ordoñez Iturralde, D. D. (2020). Estrategias de Marketing Digital como medio de comunicación e impulso de las ventas. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*, ISSN: 1988-7833, (noviembre 2020). <https://www.eumed.net/rev/cccss/2020/11/marketing-digital.html>
- Usaquén, M. Á. O., García, V. H. M., & Molano, J. I. R. (2020). Integración de la Inteligencia de Negocios, la Inteligencia de Mercados y la Inteligencia Competitiva desde el análisis de datos. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E34), 609-619. https://www.researchgate.net/profile/Miguel-Angel-Ospina-Usaquen/publication/344754398_Integracion_de_la_Inteligencia_de_Negocios_la_Inteligencia_de_Mercados_y_la_Inteligencia_Competitiva_desde_el_analisis_de_datos/links/5f946b9ba6fdccfd7b7d38a6/Integracion-de-la-Inteligencia-de-Negocios-la-Inteligencia-de-Mercados-y-la-Inteligencia-Competitiva-desde-el-analisis-de-datos.pdf

ANEXOS

ANEXO N° 1. Nuevo *feed* de Instagram



ANEXO N° 2. Portadas llamativas de vídeos/reels



ANEXO N° 3. Presencia en la web de Ripley

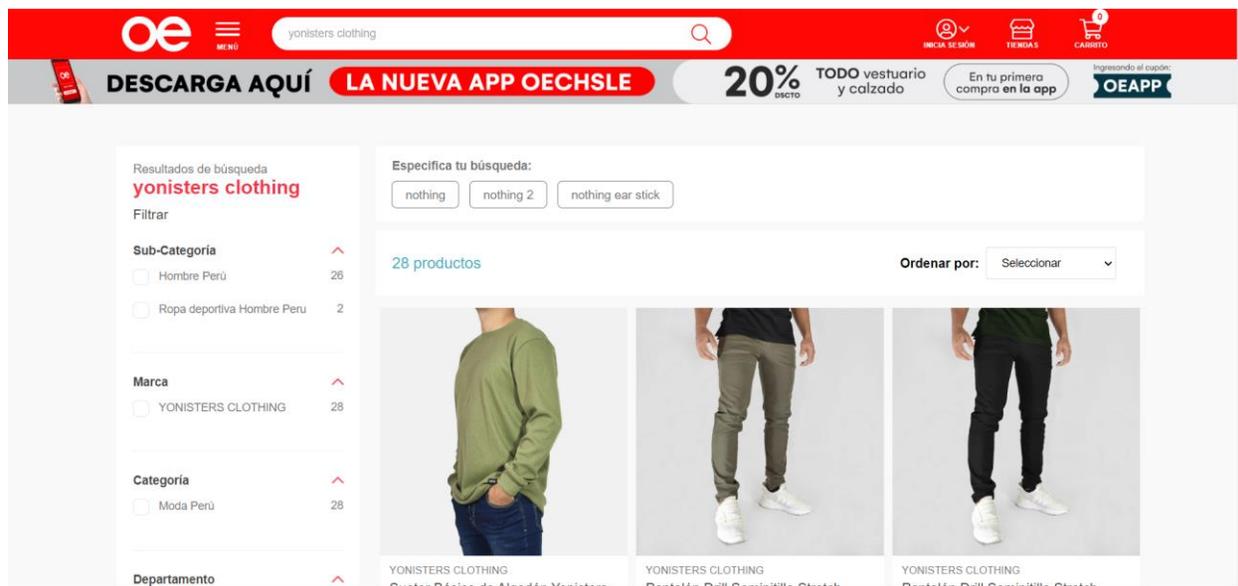


ANEXO N° 4. Presencia en la web de Falabella

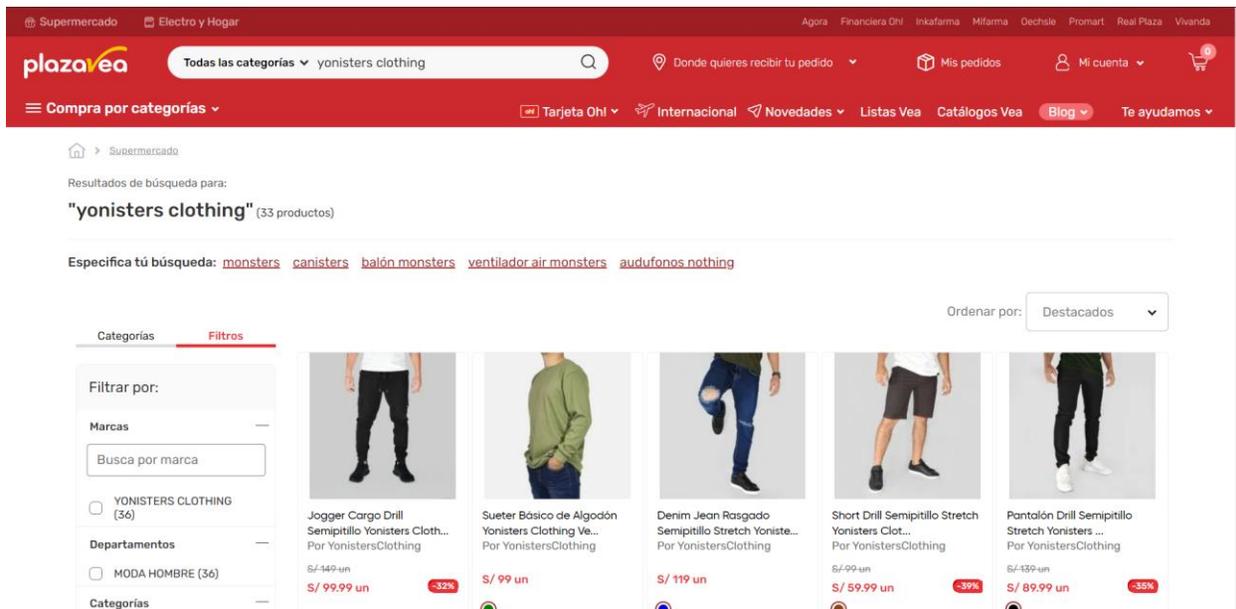
The screenshot shows the Falabella website interface. At the top, there are logos for Falabella.com, Sodimac, Tottus, and Inio. The main navigation bar includes the Falabella.com logo, a menu icon, a search bar with the text "Buscar en falabella.com", and user options like "Hola, Inicia sesión", "Mis compras", and a shopping cart icon. Below the navigation bar, there is a location input field and a "Vende en falabella.com" dropdown menu. The main content area displays search results for "Yonisters Clothing". On the left, there is a sidebar with filters for "Categoría", "Marca", "Precio", "Calificación del producto", and "Descuentos". The main grid shows four items:

Item Name	Price	Discount	Rating
Bividi con Bolsillo Básico de Algodón Yonisters Clothing Negro.	S/ 29.90	-49%	5/59
Denim Short Semipitillo Stretch Yonisters Clothing Celeste	S/ 69.99	-41%	5/119
Bividi con Bolsillo Básico de Algodón Yonisters Clothing Blanco.	S/ 29.90	-49%	5/59
Polo Ranglan de Algodón Yonisters Clothing Negro.	S/ 32 - S/ 34.99	-59%	5/79

ANEXO N° 5. Presencia en la web del grupo Intercorp (Tienda Oechsle)



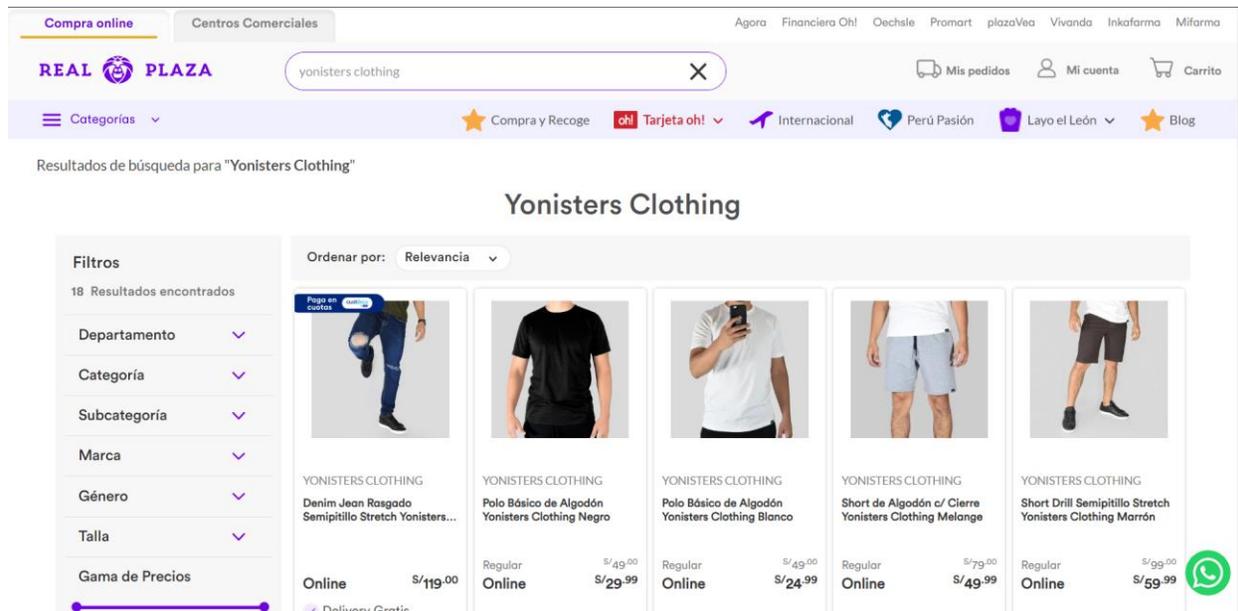
ANEXO N° 6. Presencia en la web del grupo Intercorp (Tienda Plaza Vea)



The screenshot shows the Plaza Vea website interface. At the top, there is a navigation bar with the Plaza Vea logo, a search bar containing 'yonisters clothing', and various utility links like 'Mis pedidos' and 'Mi cuenta'. Below the navigation bar, the search results are displayed for the query 'yonisters clothing', showing 33 products. The results are organized into a grid of five items, each with a product image, name, price, and discount percentage. A left sidebar contains filter options for 'Marcas' (Yonisters Clothing) and 'Departamentos' (Moda Hombre).

Product Name	Price	Discount
Jogger Cargo Drill Semipitillo Yonisters Cloth...	S/ 149 un	-32%
Sueter Básico de Algodón Yonisters Clothing Ve...	S/ 99 un	
Denim Jean Rasgado Semipitillo Stretch Yoniste...	S/ 119 un	
Short Drill Semipitillo Stretch Yonisters Clot...	S/ 99 un	-39%
Pantalón Drill Semipitillo Stretch Yonisters ...	S/ 139 un	-35%

ANEXO N° 7. Presencia en la web del grupo Intercorp (Tienda Real Plaza)



The screenshot shows the Real Plaza website interface. At the top, there is a navigation bar with 'Compra online' and 'Centros Comerciales' tabs. The main header includes the 'REAL PLAZA' logo, a search bar with 'yonisters clothing' entered, and utility icons for 'Mis pedidos', 'Mi cuenta', and 'Carrito'. Below the header, there are promotional banners for 'Compra y Recoge', 'Tarjeta oh!', 'Internacional', 'Perú Pasión', 'Layo el León', and 'Blog'. The main content area displays search results for 'Yonisters Clothing'.

Resultados de búsqueda para "Yonisters Clothing"

Yonisters Clothing

Ordenar por: Relevancia

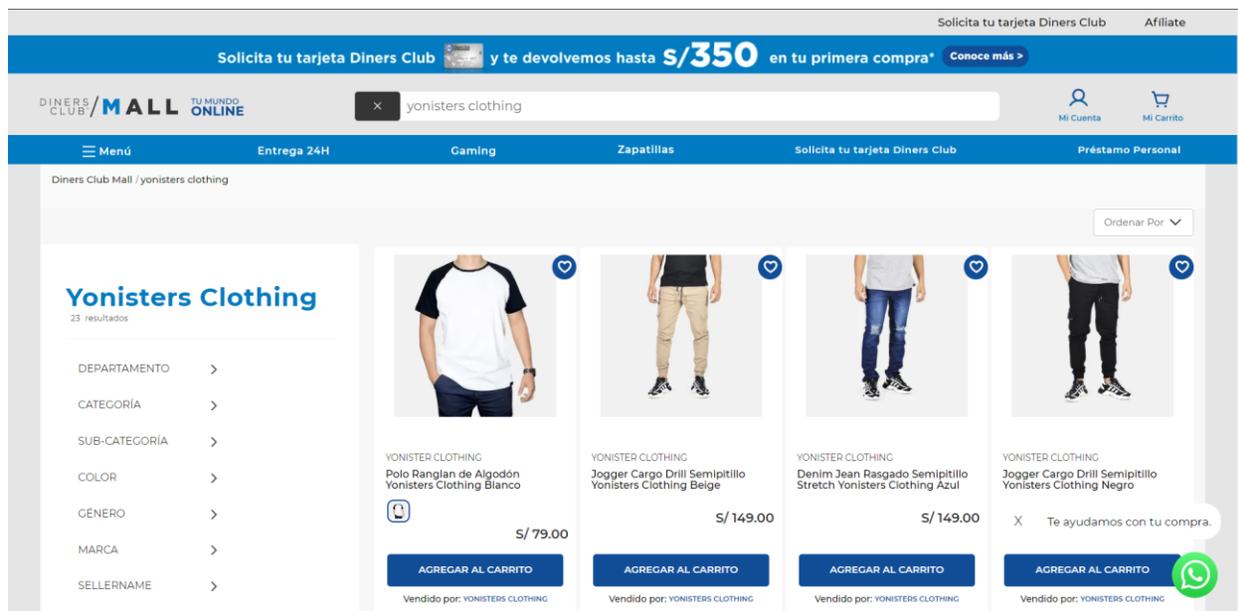
Filtros
18 Resultados encontrados

- Departamento
- Categoría
- Subcategoría
- Marca
- Género
- Talla
- Gama de Precios

Producto	Regular	Online
Denim Jean Rasgado Semipitillo Stretch Yonisters...		\$/119.00
Polo Básico de Algodón Yonisters Clothing Negro	\$/49.00	\$/29.99
Polo Básico de Algodón Yonisters Clothing Blanco	\$/49.00	\$/24.99
Short de Algodón c/ Cierre Yonisters Clothing Melange	\$/79.00	\$/49.99
Short Drill Semipitillo Stretch Yonisters Clothing Marrón	\$/99.00	\$/59.99

Delivery Gratis

ANEXO N° 8. Presencia en la web de Diners Club Mall



The screenshot displays the Diners Club Mall website interface. At the top, there is a navigation bar with the Diners Club logo and a search bar containing the text 'yonisters clothing'. Below the search bar, there are several menu items: 'Menú', 'Entrega 24H', 'Gaming', 'Zapatillas', 'Solicita tu tarjeta Diners Club', and 'Préstamo Personal'. The main content area shows search results for 'Yonisters Clothing' with 23 results. The results are displayed in a grid format, showing four items:

- Item 1:** Polo Ranglan de Algodón Yonisters Clothing Blanco. Price: S/ 79.00.
- Item 2:** Jogger Cargo Drill Semipitillo Yonisters Clothing Beige. Price: S/ 149.00.
- Item 3:** Denim Jean Rasgado Semipitillo Stretch Yonisters Clothing Azul. Price: S/ 149.00.
- Item 4:** Jogger Cargo Drill Semipitillo Yonisters Clothing Negro. Price: S/ 149.00.

Each item has a heart icon for favoriting and a blue button labeled 'AGREGAR AL CARRITO'. A chat bubble with a WhatsApp icon is visible in the bottom right corner of the product grid.