

Universidad del Rosario



ZINNIA

Trabajo de grado

Angie Tatiana Reyes

Jhonatan Chaparro

Juan Esteban Bernal

María Alejandra Aragón

Bogotá D.C

2022

Universidad del Rosario



ZINNIA

Trabajo de grado

Angie Tatiana Reyes

Jhonatan Chaparro

Juan Esteban Bernal

María Alejandra Aragón

Hernán Cruz

Administración de negocios internacionales

Bogotá D.C

2022

Tabla de contenido

Glosario.....	7
Resumen.....	8
Abstract.....	9
1. Análisis.....	10
1.1. Antecedentes.....	10
1.2. Objetivo principal.....	12
1.3. Análisis de la competencia.....	13
1.4. Análisis DOFA.....	15
1.5. Análisis Audiencias (Buyer Persona).....	16
2. Objetivos.....	25
2.1. Objetivos SMART.....	25
3. Estrategia.....	26
3.1. Estrategia de contenidos.....	26
3.2. Estrategia de redes sociales/Social media.....	30
4. Cronograma.....	31
5. Resultados (KPI).....	33
6. Presupuesto.....	33

7. Referencias 34

Lista de tablas

Tabla 1 <i>Análisis de la competencia de Zinnia</i>	13
Tabla 2 <i>Análisis de la competencia de Zinnia</i>	14
Tabla 3 <i>Calendario editorial Zinnia</i>	26
Tabla 4 <i>Cronograma de Zinnia</i>	31

Lista de figuras

Figura 1 <i>Análisis DOFA de Zinnia</i>	15
---	----

Glosario

Competencia: Disputa entre personas, animales o cosas que aspiran a un mismo objetivo o a la superioridad en algo.

Contaminación: Acción de contaminar o contaminarse. Efecto de contaminar o contaminarse.

Industria: Actividad económica y técnica que consiste en transformar las materias primas hasta convertirlas en productos adecuados para satisfacer las necesidades del hombre. Conjunto de instalaciones dedicadas a esta actividad.

Medio ambiente: Conjunto de circunstancias o factores físicos y biológicos que rodean a los seres vivos e influyen en su desarrollo y comportamiento.

Moda: Conjunto de prendas de vestir, adornos y complementos que se basan en esos gustos, usos y costumbres, y que se usan durante un período de tiempo determinado.

Ropa: Nombre genérico de cualquier pieza de tela confeccionada que viste a una persona, un objeto o un lugar.

Resumen

Zinnia es una marca que piensa en el impacto que genera la industria textil en la contaminación del medio ambiente y en la salud de las personas, abarcado así desde la fabricación de las prendas, hasta el consumo masivo de estas, creando así una alternativa para la forma de vestir de los niños en Colombia, siendo amigable con el medio ambiente y partiendo vestir bien al mismo tiempo que cuidar el mundo; de esta manera Zinnia pretende impactar el mercado eficazmente, creando textiles de materiales ecológicos para la obtención de un medio ambiente sostenible, generando una imagen diferenciadora, bajo los valores de los valores de transparencia, respeto, empatía, responsabilidad ambiental e innovación, además como una marca moderna y amigable, una marca que se quiere mostrar al público como emocionante y con mucho estilo se pretende llegar al objetivo de impacto en el consumidor.

Palabras clave: Moda, contaminación, medio ambiente, competitividad.

Abstract

Zinnia is a brand that thinks about the impact generated by the textile industry in polluting the environment and in people's health, thus encompassing everything from the manufacture of garments to their massive consumption, thus creating an alternative for children's way of dressing in Colombia, being friendly with the environment and starting to dress well while taking care of the world; In this way, Zinnia aims to impact the market effectively, creating textiles from ecological materials to obtain a sustainable environment, generating a differentiating image, under the values of transparency, respect, empathy, environmental responsibility and innovation, as well as a modern and friendly brand, a brand that wants to be shown to the public as exciting and very stylish, it is intended to reach the goal of impact on the consumer.

Keywords: Fashion, pollution, environment, competitiveness.

1. Análisis

1.1. Antecedentes

A lo largo de la historia la industria textil a nivel mundial ha tenido un crecimiento exponencial aunque esta se ha visto afectada por la pandemia, en Colombia específicamente en 2019 las ventas de ropa alcanzaron los 8 mil millones de dólares y esta industria representó en el PIB nacional el 9,6% y debido a la pandemia estas cifras en el 2020 disminuyeron significativamente según Raddar e Inexmoda en el 2022 se podrá lograr llegar a tener las mismas cifras de 2019 (Portafolio, 2021; CCB, 2020), Por lo tanto este crecimiento exponencial de la industria ha representado diversos retos y oportunidades para el mercado. Por un lado, nos encontramos con los retos que radican en resolver problemas en torno a la moda sostenible y la crisis social que genera este sector de la economía, Liliana Mejía, abogada y experta en sostenibilidad, explica que “la ropa barata nos sale muy cara porque tiene una costosa huella ambiental y social. Debemos hacernos las preguntas correctas”.

Más o menos esta industria emplea entre 75 y 80 millones de personas en el mundo, respecto al impacto ambiental La ONU ha mencionado los impactos ambientales de la industria de la moda, como ser la segunda industria más contaminante después de la petrolera ya que para confeccionar unos jeans se requieren unos 7.500 litros de agua, el equivalente a la cantidad que

bebe una persona promedio en siete años. (Carreño 2021). Por ende, al revisar estas problemáticas consecuentes del crecimiento de la industria surge la oportunidad de crear el sello de moda sostenible para el cuidado del medio ambiente bajo el concepto de salvar los ecosistemas y de esta manera aprovechar incluso las tendencias del mercado hacia la creación de textiles hechos de materiales que no perjudiquen los ecosistemas como por ejemplo derivados plásticos de las botellas PET.

Adicionalmente en el desarrollo de una propuesta de valor dada hacia el cuidado del medio ambiente desde el sector textil, juega un papel esencial en materia de desarrollo y crecimiento para la eficiencia de cualquier proyecto la implementación acertada de elementos tecnológicos que se ajusten a las tendencias de consumo de la sociedad. Hoy en día existen millones de usuarios en internet, medio que proporciona un incontable número de oportunidades para generar la conversión de usuarios a clientes, esto implementando diversas técnicas que permiten conocer al usuario de una forma profunda y que por medio de una implementación creativa de campañas y herramientas de marketing digital permiten que el proceso de llegada al consumidor final sea mucho más eficiente, proporcionando beneficios tanto para la empresa que ofrece el producto como para el cliente que busca el producto. Por esta razón se hace evidente que ante el crecimiento de plataformas tecnológicas los costos para el emprendedor son cada vez más accesibles y esto acompañado de una campaña de marketing digital bien diseñada solo va a traer un retorno de la inversión interesante.

Es por esta razón que nació Zinnia una marca que pensando en el impacto que tiene la industria textil en la contaminación del medio ambiente y en la salud de las personas, desde la manera en que se fabrica (materia prima, mano de obra, químicos, colorantes, plantas de producción y distribución, entre otros) hasta la forma en que se da un consumismo masivo de las prendas, crea una alternativa a la forma de vestir de los niños en Colombia mucho más amigable con el medio ambiente y que permite vestir bien cuidando el mundo.

1.2.Objetivo principal

Zinnia plantea una alternativa sostenible para vestir a tus hijos, su propósito de negocio radica en impactar el mercado de la forma más eficaz posible, generando mucho ruido en el mismo de una forma eficiente y económica. El mensaje bajo el cual Zinnia pretende llegar a este objetivo es exponiendo su propuesta de valor de una forma expansiva y orgánica, Zinnia es una empresa que de una forma económicamente sostenible crea textiles de materiales ecológicos para un medio ambiente sostenible. Por lo tanto, exponiendo este mensaje de Zinnia como una empresa con una imagen diferenciadora, que busca salirse de lo tradicional en el mercado de ropa para niños. Implementando los valores de transparencia, respeto, empatía, responsabilidad ambiental e innovación, además como una marca moderna y amigable, una marca que se quiere mostrar al público como emocionante y con mucho estilo se pretende llegar al objetivo de impacto en el consumidor.

1.3. Análisis de la competencia

Al analizar a la competencia podemos notar a simple vista que todos tienen como sus principales redes sociales a Facebook, Instagram y Pinterest. Exceptuando epk; H&M es la empresa que más alcance tiene ya que cuenta con un conglomerado enorme detrás y tiene una inversión importante en redes sociales donde bombardea de todas las formas posibles a su público objetivo, My Green Life y Little Ramonas son unas de las que mejor SEO tienen ya que en las búsquedas suelen ubicarse entre las primeras opciones a la hora de hacer barridos generales en la barra de búsqueda, en muchas ocasiones estando inmediatamente debajo del material publicitario pago por la competencia (Ver tabla 1 y 2).

Tabla 1 Análisis de la competencia de Zinnia

COMPETIDOR	SITIO WEB	POSICIONAMIENTO SEO	REDES SOCIALES	PUBLICIDAD DIGITAL	OTROS CANALES DIGITALES	ESTRATEGIA DIGITAL	VENTAJA COMPETITIVA
OFFCORSS	https://www.offcorss.com/	Medio	Facebook, Instagram, Pinterest	Google ADS	Blogs, Mail	Marketing móvil, contenido y ofertas en redes	Venta a mayoristas
BABY FRESH	https://www.babyfresh.co/	Medio	Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter, YouTube	Google ADS	Mail	Ofertas en redes	Descuentos
EPK	https://www.epka.com/	Medio	Facebook, Instagram, Twitter	Google ADS	APP móvil	Marketing móvil, contenido y ofertas en redes	Ventas virtuales

H&M	https://co.hm.com/	Alto	Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter, YouTube	Google ADS, Instagram ADS, FB ADS, Campañas publicitarias, campañas con influencers	Chatbot, app móvil	Marketing móvil, contenido en redes sociales, optimización SEO y medios masivos	Mayor exposición
MYGREENLIFE	https://www.mglifeshop.com/	Alto	Facebook, Instagram, Pinterest	No	WhatsApp, mail	Contenido en redes sociales y optimización SEO	
LITTLE RAMONAS	https://www.littlemonas.com/es/	Alto	Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter	Foros de moda, artículos en revistas y periódicos digitales	WhatsApp	Contenidos en redes sociales y foros	Reputación

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2 Análisis de la competencia de Zinnia

COMPETIDOR	SITIO WEB	POSICIONAMIENTO SEO	REDES SOCIALES	PUBLICIDAD DIGITAL	OTROS CANALES DIGITALES	ESTRATEGIA DIGITAL	VENTAJA COMPETITIVA
ZARA	https://www.zara.com/co/	Alto	Tik tok, Instagram, Facebook, Twitter, Pinterest, YouTube	Google ADS, campañas publicitarias, Instagram ADS, colaboración	Mail	Marketing móvil, contenido, optimización SEO y medios masivos	Reputación
BERSHKA	https://www.bershka.com/co/	Alto	Tik tok, Instagram, Facebook, Twitter, Pinterest, Snapchat	Google ADS, campañas publicitarias, Instagram ADS, colaboración	Mail	Marketing móvil, contenido, ofertas, optimización SEO y medios	Accesible económicamente
STRADIVARIUS	https://www.stradivarius.com/co/	Alto	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Pinterest	Google ADS, campañas publicitarias, Instagram ADS, colaboración	Periódico, mail	Marketing móvil, contenido, ofertas, optimización SEO y medios	Ventas virtuales, pagos por PSE
GAP	No tiene para Colombia	Bajo	No tiene para Colombia	No tiene para Colombia	No tiene para	No tiene para Colombia	Ventas por medios
TOMMY HILFINGER	https://com.tommy.com/	Alto	Facebook, Instagram, Twitter	Google ADS, campañas publicitarias, Instagram ADS	Periódico, mail	Marketing móvil, contenido, medios masivos, posicionamiento	Reputación y calidad

Fuente: Elaboración propia.

1.4. Análisis DOFA

El análisis DOFA de Zinnia se encuentra en el Figura 1.

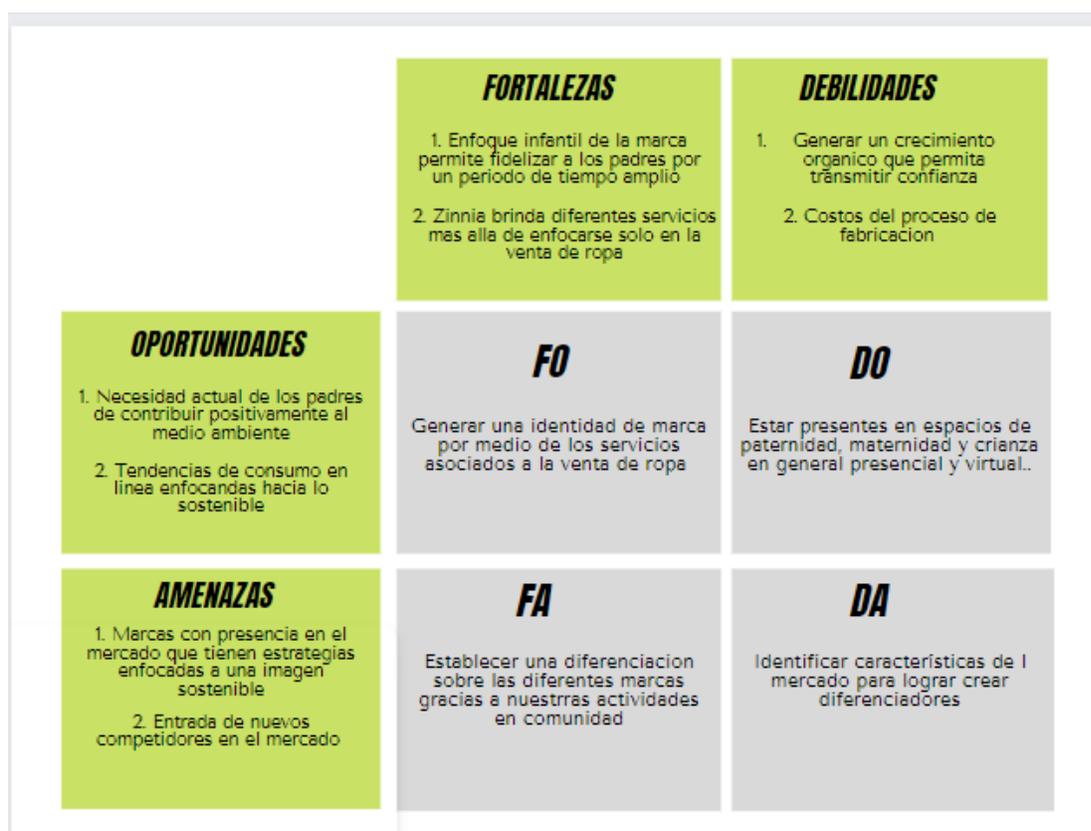


Figura 1 Análisis DOFA de Zinnia

Fuente: Elaboración propia.

1.5. Análisis Audiencias (Buyer Persona)

1. Cliente 1

Perfil general.

Trabajo: Elizabeth trabaja en Davivienda en el área de nómina

Historia laboral: Trabaja en la misma compañía hace 7 años

Familia: Casada con 2 hijos (3 y 6 años)

Información demográfica.

Edad: Entre los 25 y 35 años

Salario: Individual entre \$4'000.000 y \$5'000.000. El total de ingresos promedio por familia está entre \$7'000.000 y \$10'000.000

Ubicación: Vive cerca a Colina, sector de estrato 4

Sexo: Femenino

Identificadores.

Trato: Es una mujer tranquila que se preocupa por el bienestar de sus hijos y su esposo

Personalidad: Una madre que le apasiona ayudar a las demás en el camino de ser mamá, es cuidadosa, responsable, innovadora, se resalta su alegría, transparencia, empatía y siente una gran responsabilidad por impactar positivamente el medio ambiente

Es una mujer carismática, que siempre busca que ella y su familia tengan una vida mucho más amigable con el medio que los rodea y los animales.

Comunicación: Usualmente realiza llamadas o chatea por temas de trabajo y con sus amigos y familiares por temas de sus hijos, sus vidas privadas, lo que ocurre en el día, etc.

Objetivos.

Que ella y su familia lleven una vida más sostenible con el medio ambiente

Ayudar en sus hábitos de consumo de prendas de vestir para sus hijos

Retos.

Considera que la ropa para los niños es muy costosa teniendo en cuenta el tamaño de las prendas

Le preocupa que la ropa no dure ni brinde la protección suficiente a sus hijos

Cómo podemos ayudar.

Confeccionamos prendas ecológicas y orgánicas para niños de 0 a 6 años impactando positivamente en su salud y en el cuidado del medio ambiente Ropa infantil sostenible de alta duración y calidad

Comentarios.

“La ropa a mis hijos le dura máximo 5 meses en buen estado, y eso, exagero un poco, la calidad es pésima”

“tú ves la ropa para niños y está muy cara, yo comparo el precio con la ropa que compro para mí y no entiendo por qué cuestan casi lo mismo si se supone que son más pequeños y utilizan menos tela”

“siempre procuro ser responsable con el medio ambiente y cuando supe que existía ropa orgánica y sustentable me encantó”

Quejas comunes.

Pienso que las prendas sustentables son mucho más caras que las normales como suele suceder con todo

Me preocupa un poco que esas telas orgánicas duren menos, no me funcionaría en verdad

Mensaje de Marketing.

Prendas para niños hechas con materiales ecológicos (algodón reciclado, algodón orgánico, tela PET, tela de bambú)

Mensaje de ventas.

En Zinnia brindamos bienestar y seguridad a los padres por medio de la confección de prendas infantiles ecológicas y orgánicas que apoyan el cuidado de la salud de sus hijos y el medio ambiente, a su vez que tienen una alta duración y calidad.

2. Cliente 2

Perfil general.

Trabajo: Santiago trabaja en Teleperformance

Historia laboral: Trabaja en la compañía hace 2 años

Familia: Casado con 1 hija (1 año)

Información demográfica.

Edad: Entre los 25 y 35 años

Salario: Individual entre \$2'500.000 y \$3'200.000. El total de ingresos promedio por familia está entre \$5'000.000 y \$7'000.000

Ubicación: Vive cerca a Cafam Floresta

Sexo: Masculino

Identificadores.

Trato: Es un hombre tranquilo que se preocupa por el bienestar de su hija y su esposa.

Personalidad: Un padre que se preocupa por el cuidado del medio ambiente y la vida de los animales, por esta razón es vegano y participa en movimiento en pro de causas sociales. Ama ser papá y busca darle la mejor educación a su hija para enseñarle el respeto hacia todos los seres vivos y el medio que los rodea.

Comunicación: Usualmente realiza llamadas por temas de trabajo y con sus amigos y familiares por temas de su hija, sus vidas privadas, lo que ocurre en el día, etc.

Objetivos.

Que él y su familia lleven una vida más sostenible con el medio ambiente

Ayudar en sus hábitos de consumo de prendas de vestir para su hija

Retos.

Considera que es difícil encontrar prendas que no se encuentren en la honda del fast fashion, las cuales duran muy poco y se dejan de utilizar en un lapso corto.

Sabe que la producción de prendas comprende una gran huella de carbono

Considera que la ropa para los niños es muy costosa teniendo en cuenta el tamaño de las prendas

Cómo podemos ayudar.

Confeccionamos prendas ecológicas y orgánicas para niños de 0 a 6 años impactando positivamente en su salud y en el cuidado del medio ambiente

Brindamos ropa infantil sostenible de alta duración y calidad

Comentarios.

“El mercado de la moda contamina un montón nuestro medio ambiente, aún más con el fast fashion que es terrible a mi parecer”

“Trato de comer y de utilizar cosas que generen el mínimo impacto en el medio ambiente”

“Me gusta ver innovaciones en el mercado de la moda donde es ecológica y amigable con el medio ambiente”

“...el precio te para mucho a la hora de comprar porque no es el único gasto que uno como padre tiene y tampoco es el más importante, así que es un factor importante que tomo en cuenta a la hora de comprarle ropa a mi hija”

Quejas comunes.

Pienso que es muy difícil que una prenda sustentable esté en el mismo rango de precios que una normal, por lo que sería muy difícil para algunos de costear

Tendría que averiguar si las telas a base de materiales orgánicos tienen una buena duración y resistencia porque de lo contrario sería algo que no compraría para mi hija que parece un terremoto en todo momento

Mensaje de Marketing.

Prendas para niños hechas con materiales ecológicos (algodón reciclado, algodón orgánico, tela PET, tela de bambú)

Mensaje de ventas.

En Zinnia brindamos bienestar y seguridad a los padres por medio de la confección de prendas infantiles ecológicas y orgánicas que apoyan el cuidado de la salud de sus hijos y el medio ambiente, a su vez que tienen una alta duración y calidad.

3. Cliente 3**Perfil general.**

Trabajo: Rafael trabaja con la Alcaldía

Historia laboral: Trabaja con la alcaldía hace 6 años en el área de deportes

Familia: Soltero con 1 sobrino (7 años)

Información demográfica.

Edad: Entre los 30 y 38 años

Salario: Entre \$2'500.000 y \$3'200.000.

Ubicación: Vive en Santa Isabel, Bogotá

Sexo: Masculino

Identificadores.

Trato: Es un hombre esporádico y muy activo que se preocupa por el bienestar de su familia

Personalidad: Un hombre soltero que se preocupa por mantenerse vital y que su familia también lo haga, que sean responsables con el medio ambiente (por eso vendió su carro y se transporta únicamente en bicicleta). Disfruta mucho de ser tío pues es su único sobrino.

Comunicación: Hace poco uso de las redes sociales o del celular, lo utiliza principalmente en las noches para hablar con sus padres, hermana o amigos para hablar sobre la vida o situaciones que se presenten.

Objetivos.

Que él y su familia lleven una vida más sostenible con el medio ambiente

Ayudar en sus hábitos de consumo de prendas de vestir para su sobrino

Retos.

Considera que como seres humanos siempre podemos buscar la manera de ayudar al medio ambiente

Sabe que es importante ser conscientes de los hábitos de consumo que tienen las familias ya que con ello se ayudan a sí mismos a nivel físico y mental, pero también al medio que los rodea

En cuanto a las prendas para niños, considera que la industria es un robo, pues los precios le parecen absurdos y la calidad lo decepciona cada vez más

Cómo podemos ayudar.

Confeccionamos prendas ecológicas y orgánicas para niños de 0 a 6 años impactando positivamente en su salud y en el cuidado del medio ambiente

Brindamos ropa infantil sostenible de alta duración y calidad

Comentarios.

“El mercado de ropa para niños me parece un robo, no lo tomen a mal, pero ponen precios absurdos para ciertas prendas y tras del hecho salen de una calidad deplorable”

“... el último jean que le compré a mi sobrino no le duró ni 4 meses, imagínate la situación, y nos son pantalones de 50.000”

“Creo que el hecho de que existan y se impulsen cada vez más este tipo de iniciativas nos ayuda a crecer como sociedad, impactando de manera positiva en el medio ambiente”

Quejas comunes.

Pienso que siempre lo saludable o lo que es eco-friendly es mucho más costoso que lo dañino o normal, por eso creo que la mayoría no adquiere ese tipo de productos o no lleva un estilo de vida saludable y sostenible

Si uno quiere ser sostenible, sabe que es un gasto mucho mayor porque tristemente así es en nuestro país y eso es lo que refuerzan por poner precios tan altos

Las prendas de mi sobrino no duran nada, también él se encuentra en una edad que se la pasa en el piso, pero siento que cuando encuentre con mi esposa ropa que le dure será toda una ganancia para nosotros.

Mensaje de Marketing.

Prendas para niños hechas con materiales ecológicos (algodón reciclado, algodón orgánico, tela PET, tela de bambú).

Mensaje de ventas.

En Zinnia brindamos bienestar y seguridad a los padres por medio de la confección de prendas infantiles ecológicas y orgánicas que apoyan el cuidado de la salud de sus hijos y el medio ambiente, a su vez que tienen una alta duración y calidad.

2. Objetivos

2.1. Objetivos SMART

1. Establecer la presencia de la marca en dos canales de E-commerce (Amazon y Mercado libre) en los siguientes dos años
2. Aumentar el posicionamiento de la página web de la organización en un 15% en los siguientes 3 meses
3. Aumentar el posicionamiento y número de seguidores en un 40% en las redes sociales de facebook, instagram y tiktok de la compañía en los siguientes 3 meses
4. Aumentar el tráfico en la página web en un 35%, por medio de estrategias de SEO y SEM en los próximos 6 meses.

3. Estrategia

3.1.Estrategia de contenidos

Tabla 3 *Calendario editorial Zinnia*

SEMANA	DÍA	TEMA	OBJETIVO	MENSAJE	ETIQUETAS/HASHTAGS	TIPO CONTENIDO			
						ENLACE	TEXT	IMAGEN	VIDEO

	LUNES	Nuevo producto/concurso por productos	Branding	Descubre nuestro nuevo producto pensado en tus hijos	#ZINNIA #NUESTROMUNDO
	MARTES	Frases relacionadas/Interacción en	Engagement	¿sabías qué?	#ZINNIA #NUESTROMUNDO
	MIÉRCOLES	Promociones	Ventas	¿qué tal este nuevo buso para tus hijos? Ahora a 15% menos	#ZINNIA #NUESTROMUNDO
	JUEVES	Interacción en páginas de productos complementarios o perfiles de	Tráfico web	¡esta maleta combina a la perfección con nuestras camisetas!	#LINNIA #NUESTROMUNDO
S1	VIERNES	preguntas y respuestas	Conversación	¿sabías como combatimos la contaminación?	#ZINNIA #NUESTROMUNDO
	SÁBADO	Promociones	Ventas	Visita nuestro sitio web y accede a un 10X de descuento	#ZINNIA #NUESTROMUNDO
	DOMINGO	contenido interactivo para niños	Engagement - Tráfico web	Videos en YT y actividades interactivas en la web	#ZINNIA #NUESTROMUNDO
	LUNES	Datos omisos	Branding	Descubre nuestro nuevo producto pensado en tus hijos	#ZINNIA #NUESTROMUNDO
S2	MARTES	frases relacionadas/Interacción en	Engagement	¿sabías qué?	#ZINNIA #NUESTROMUNDO

	MIÉRCOLES	Promociones	Ventas	¿qué tal este nuevo buso para tus hijos? Ahora a 15X menos	#ZINNIA #NUESTROMUNO
	JUEVES	Interacción en páginas de productos complementarios	Tráfico web	¿esta maleta combina a la perfección con nuestras	#ZINNIA #NUESTROMUNO
	VIERNES	preguntas y respuestas	Conversación	¿sabías como combatimos la contaminación?	#ZINNIA #NUESTROMUNO
	SÁBADO	Promociones	Ventas	Visita nuestro sitio web y accede a un 10X de	#ZINNIA #NUESTROMUNO
	DOMINGO	contenido interactivo para niños	Engagement - Tráfico web	Videos en YT y actividades interactivas en la web	#ZINNIA #NUESTROMUNO
	LUNES	Datos curiosos	Branding	Descubre nuestro nuevo producto pensado en tus hijos	#ZINNIA #NUESTROMUNO
	MARTES	frases relacionadas interacciones en	Engagement	¿sabías qué?	#ZINNIA #NUESTROMUNO
S3	MIÉRCOLES	Promociones	Ventas	¿qué tal este nuevo buso para tus hijos? Ahora a 15% menos	#ZINNIA #NUESTROMUNO
	JUEVES	Interacción en páginas de productos complementarios	Tráfico web	¿esta maleta combina a la perfección con nuestras	#ZINNIA #NUESTROMUNO

	VIERNES	preguntas y respuestas	Conversación	¿sabías como combatimos la contaminación?	#ZINNIA #NUESTROMUNDO
	SÁBADO	Promociones	Ventas	Visita nuestro sitio web y accede a un 10% de descuento	#ZINNIA #NUESTROMUNDO
	DOMINGO	contenido interactivo para niños	Engagement - Tráfico web	Videos en YT y actividades interactivas en la web	#ZINNIA #NUESTROMUNDO
	LUNES	Datos curiosos	Branding	Descubre nuestro nuevo producto pensado en tus hijos	#ZINNIA #NUESTROMUNDO
	MARTES	frases relacionadas interacciones en	Engagement	¿sabías qué?	#ZINNIA #NUESTROMUNDO
	MIÉRCOLES	Promociones	Ventas	¿qué tal este nuevo baso para tus hijos? Ahora a 15% menos	#ZINNIA #NUESTROMUNDO
S4	JUEVES	Interacción en páginas de productos complementarios	Tráfico web	¿esta maleta combina a la perfección con nuestras	#ZINNIA #NUESTROMUNDO
	VIERNES	preguntas y respuestas	Conversación	¿sabías como combatimos la contaminación?	#ZINNIA #NUESTROMUNDO
	SÁBADO	Promociones	Ventas	Visita nuestro sitio web y accede a un 10X de descuento	#ZINNIA #NUESTROMUNDO

DOMINGO	contenido interactivo para niños	Engagement - Tráfico web	Videos en Yr y actividades interactivas en la web	#ZINNIA #NUESTROMUNDO	
---------	----------------------------------	--------------------------	---	-----------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

- Creación de un blog: Crear un blog dentro de la página web con publicación cada 8 días con el fin de aumentar el posicionamiento orgánico y crear una comunidad. En este blog se compartirán contenidos interactivos para los niños, donde podrán aprender sobre el cuidado del medio ambiente y la importancia de la ropa que vestimos.
- Generar Newsletter: Enviar correos electrónicos (e-mail marketing) cada mes o cuando deseamos comunicar alguna cosa importante. En este crearemos contenido totalmente nuevo y llamativo, también reciclaremos información (del blog) y haremos promoción de nuestros productos u ofertas especiales.
- Creación de videos: Crear y publicar videos de calidad y con contenido de valor para nuestros clientes, tanto para los padres compradores como para los niños, esto con el fin de llamar la atención de cada uno y de esta forma generar un vínculo con estos.
- Creación de contenido descargable: comunicados informativos, cupones, invitaciones a eventos, juegos y contenido interactivo para niños conforme a la mercancía de la marca y la temporada que la marca maneja.

3.2.Estrategia de redes sociales/Social media

- Creación de campañas de social ads: 1 campaña semanal o cada 15 días enfocado a nuevos artículos, enseñanzas sobre el cuidado del medio ambiente y promociones.
- Creación de concursos: mensualmente se harán concursos donde se van a regalar artículos de nueva temporada a los consumidores de la marca, para de esta forma poder interactuar con los clientes, incentivar sus compras, dar a conocer los nuevos productos y mantener un número alto de interacciones en las diferentes plataformas de la marca.
- Creación de píldoras formativas a través de videos: cortos videos donde se profundicen temas relacionados a los lineamientos sociales y ambientales de la empresa. Esto con el fin de dar a conocer información importante como: futuras temporadas, futuras promociones, promocionar próximos eventos, etc.
- Influencers + concursos: identificación de influencers que tengan intereses y público objetivo de nuestra marca, el cual aumentará el conocimiento y compra de prendas de nuestra marca y el flujo de nuestras redes sociales

4. Cronograma

En la Tabla 5 plasmamos el cronograma de Zinnia.

Tabla 4 Cronograma de Zinnia

BASADO EN	ACTIVIDAD	MES 1				MES 2				MES 3			
		SEM	SEM	SEM	SEM	SEM	SEM	SEM	SEM	SEM	SEM	SEM	SEM
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ESTRATEGIAS DE CONTENIDO	CALENDARIO EDITORIAL	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	BLOQ DENTRO DE PAGINA WEB			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	NEWS LETTERS E-MAIL MARKETING	X				X				X			
	PROMOCIÓN MULTIMEDIA A TRAVÉS DE VIDEOS Y OTROS RECURSOS	x		x		X		X		X		X	
	CREACIÓN DE CONTENIDO DESCARGARLE		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	CREACIÓN DE CAMPAÑAS DE SOCIAL ADS			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	CREACIÓN DE CONCURSOS					X				X			
	CREACIÓN DE PILDORAS FORMATIVAS A TRAVÉS DE VIDEOS			X				X				X	
	INFLUENCERS + CONCURSOS				X			X					C

Fuente: Elaboración propia.

5. Resultados (KPI)

Fase de atracción

- Número de visitas a página web
- Número de keywords posicionadas en un año
- Número de backlinks establecidos

Fase de consideración

- Número de conversión de visitas a leads
- Click through rate enfocado en CTA
- Duración de permanencia en la página web

Fase de retención

- Porcentaje de retorno de la inversión de los leads
- Porcentaje de repetición de compras

6. Presupuesto

El presupuesto de Zinnia se encuentra anexo en el documento Excel (Presupuesto Zinnia).

7. Referencias

Carreño, L. (2021). Moda sostenible: el reto de la industria textil en Colombia. *El espectador*.

<https://www.elespectador.com/economia/moda-y-medioambiente-el-reto-de-la-industria-textil-en-colombia/>

CCB. (2020). Moda con responsabilidad: una tendencia por el planeta. *Cluster Bogotá prendas*

de vestir. Recuperado de: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2018/Agosto-2018/Moda-con-responsabilidad-una-tendencia-por-el-planeta>

Portafolio (2021). Observatorio de Familia DNP Recuperado de

<https://observatoriodefamilia.dnp.gov.co/Documents/Boletines/BOLETIN%20No.14.pdf>