

RIF: J 30647247-9



Universidad
Monteávila

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**EL DISEÑO Y APLICACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA-
PROMOCIONAL BASADA EN UNA COMPETENCIA DIGITAL A TRAVÉS DE
LAS PLATAFORMAS 2.0 DE INSTAGRAM Y FACEBOOK PARA “BB’S
CREACIONES C.A.” EN VENEZUELA**

Autores:

Angelini García, Ivanna Catherina
Matthes Perez, Anabel Christina
Travaglini Aranguren, María Fernanda

Profesor coordinador:

Frias, Mariana

Caracas, 7 de marzo de 2016

Índice

Agradecimientos.....	4
Resumen.....	5
Antecedentes.....	6
Presentación de Proyecto.....	11
Estrategia.....	12
Propuesta del Proyecto.....	16
• Público objetivo.....	16
• Servicio a realizar.....	17
• Análisis DOFA del concurso.....	17
• Principales necesidades del cliente.....	19
• Diseño de la propuesta.....	20
• Red de distribución.....	47
• Integración del cliente.....	48
• Formas de alcance al cliente.....	49
• Aproximación al Retorno de Inversión.....	50
• Tecnologías adoptadas.....	51
• Activos a largo plazo.....	52
Marco Contextual	
• Historia.....	53
• Situación Actual.....	54
• Clientes.....	54
• Análisis de competencia.....	55
• Estrategias Usadas.....	57

- Análisis DOFA de la marca.....59
- Mapa de Públicos.....60

Análisis y Conclusiones.....62

Recomendaciones.....78

Bibliografía.....80

Anexos.....81

Queremos agradecer a la propietaria de la marca BB's Creaciones, Bianca Beitia por confiar en nosotras, apoyarnos y colaborar en cada cosa que necesitamos; deseando el mayor de los éxitos hoy y siempre para su empresa.

También queremos agradecer a Mariana Frías, nuestra tutora, quien con cariño, dedicación y esmero nos acompañó en cada etapa del proyecto; no hubiese sido lo mismo sin ella.

A nuestra casa de estudio, la Universidad Monteávila, dedicarles cada página de esmero, trabajo y tiempo dedicado, con la intención de enaltecer hoy y siempre el nombre de nuestra Alma Mater; no hay mejor manera de despedir estos cinco años de aprendizaje.

Gracias.

La realización del PFC elegido por el equipo, se enfoca en una dinámica de mercadeo que se considera no sólo acorde a la marca a la cual se busca beneficiar sino también al público al cual se dirige la misma. Se busca dar a conocer marcas que se encuentran en proceso de crecimiento; Se requiere comprender su potencial de atractivo y sus posibilidades de inversión.

La dinámica seleccionada es la promoción digital de la marca de bañadores venezolanos BB's Creaciones, la cual se distingue por ofrecer un producto versátil, moderno y original, creación del talento venezolano.

El proyecto consiste en asesorar a la empresa en cuanto al diseño de una promoción que se llevará a cabo por medios digitales, Facebook e Instagram, elaborando así una estrategia acertada dirigida al target seleccionado por la marca, y teniendo siempre presente como norte la misión y la visión de la empresa.

La dinámica se realizará en base a un concurso que será difundido por las redes sociales de la marca, donde los participantes serán motivados a competir cumpliendo una serie de retos, para así lograr convertirse en uno de los tres ganadores finales de los premios ofrecidos.

Se trabajará de la mano del cliente para el diseño de la estrategia y el concepto en el cual se desea situar el concurso, de esta forma podrá enfocarse directamente en el nicho al cual va dirigido con la meta de generar nuevos seguidores y posibles clientes para la empresa, lo cual es la idea principal de la competencia: el beneficio de la marca por medio del incremento de seguidores.

No es secreto para nadie el momento de dificultad y de crisis económica en el cual se encuentra sumergido el país actualmente. Venezuela está atravesando una época bastante complicada y poco accesible para muchas empresas y para pequeños emprendedores que sueñan con poder surgir y convertirse un día en una industria bien establecida y reconocida nacional e internacionalmente.

Cualquiera sea el rubro al cual se desee enfocar el tema, los costos serán bastante elevados, en este caso en particular, la publicidad o los medios publicitarios por los cuales se desee promocionar y promover determinado producto.

Actualmente estos costos no pueden mantenerse en un tiempo siquiera considerable, y la inflación que parece consumir cada día más al país, le ha dado un giro radical y casi mortal a la economía de la mayor parte de los venezolanos.

En líneas generales, nos encontramos ante una situación económica bastante compleja para el desarrollo y el crecimiento del país en general. Por lo cual, ésta es razón suficiente para que surja la necesidad de buscar nuevas o distintas opciones a los medios tradicionales de publicidad, que no ameriten de una inversión tan elevada y que generen iguales resultados en cuanto a los intereses, necesidades y beneficios de cualquiera sea la marca o empresa que necesite de ello.

El último reporte oficial del Banco Central de Venezuela (BCV) respecto al Índice Nacional de Precios al Consumidor, fue el 18 de febrero de 2016. La variación porcentual acumulada para diciembre de 2015, se situó en un 180.9% (Banco Central de Venezuela, 2016).

Por medio de fuentes extraoficiales, se han realizado análisis respecto a la inflación con la cual se cerrará el año 2016 en Venezuela, el responsable de este informe es el Fondo Monetario Internacional (FMI), ya que realizó un estudio en el cuál se refleja que la inflación en nuestro país superará el 500%.

Alejandro Werner, jefe del departamento de América Latina explicó que este índice “puede seguir subiendo de manera explosiva este año”.

Incluso el FMI, refutó el informe de inflación dado por el BCV, alegando que la cifra real de inflación para cerrar el año 2015 fue del 270%. (El Nacional Web, 2016).

Actualmente, para numerosas marcas, empresas y cualquier tipo de producto que funcione en cuanto a ventas o consumo, las maneras de publicitar son por los canales publicitarios o medios de comunicación tradicionales como radio, televisión y prensa, los cuales en la actualidad son considerados bastante costosos. Por ejemplo:

Los precios a partir de Agosto 2015, para anunciar comerciales de 20 segundos en el horario “**Prime Time**” de la TV venezolana abierta son:

Canal	Compra	Horario	Cantidad de Cuñas 20"	Costo
Televen	Selectiva 15	08:00 pm - 08:59 pm	1	58,658
	Selectiva 16	09:00 pm - 09:59 pm	1	73,905
	Selectiva 17	10:00 pm - 10:59 pm	1	68,575
	Selectiva 18	11:00 pm - 11:59 pm	1	40,853
	Estelar	L/D 7:00 pm a 12:59 am	1	41,600
Venevisión	Selectiva 15	9:00 pm a 10:59pm	1	296,917
	Selectiva 16	11:00 pm a 11:59pm	1	177,807
	Selectiva 17	12:00 pm a 12:59pm	1	56,657
	Bloque Estelar	7:00pm a 12:59am	1	177,960

(ARS, 2015)

Para los Bloques estelares de Televen y Venevisión, habría que realizar una compra mínima de 15 *spots* publicitarios.

Costo por Cuña				
Grupo	Canal	Prime Time	All Day 20"	Feeds
Turner	TNT	7,337.39	5,869.91	Venezuela
	Warner	5,773.68	4,618.94	Venezuela
	HTV	3,159.00	2,527.20	Latinoamérica sin Brasil
	TBS Very Fun	2,673.00	2,138.40	Latinoamérica sin: Brasil, Argentina, Uruguay
Discovern	TLC	7,800.00	5,200.00	Latinoamérica sin: Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay
	Discovery Channel	13,680.00	9.028.67	Venezuela y Chile. No hay espacio para el último trimestre del año
	Discovery H&H	13,680.00	9.028.67	Latinoamérica sin: Brasil, Argentina, Uruguay y México. No hay espacio para el último trimestre del año
VC Medios	Sony	4,533.33	3,333.33	Venezuela
	AXN	4,666.67	3,666.67	Venezuela

	LifeTime	3,622.67	2,666.67	Latinoamérica sin Brasil
	MasChic	4,053.33	3,040.00	Latinoamérica sin Brasil
	E!	4,133.33	3,133.33	Venezuela
	Telemundo	5,333.33	4,533.33	Latinoamérica sin Brasil y México
VV+	VV Plus	36,000.00	20,000.00	Venezuela
FOX	Fox	16,993.20	11,045.58	Venezuela, Bolivia y El Caribe
	Mundo Fox	8,092.00	5,259.80	Latinoamérica sin Brasil
	Fox Life	8,092.00	5,259.80	
	Universal Channel	10,115.00	6,574.75	Latinoamérica sin: Brasil, Argentina y Chile
	CineCanal	13,554.10	8,810.17	

(ARS, 2015)

Francisco Javier Salas, representante de la Federación Venezolana de Agencias de Publicidad (FEVAP) en el 2014, anunció que en ese mismo año más de 70.000 comerciales dejaron de rotar en medios televisivos e impresos del país, pero la realidad es que desde el 2012, se han reducido los anuncios publicitarios a través de los medios antes mencionados. La caída masiva de los anuncios publicitarios se debe a que las empresas han dejado de invertir en publicidad para sus marcas, bien sea por los altos costos que estos cotizan o por la creciente crisis que el país tiene ya años atravesando. (Mejías, 2014)

También contamos con los precios de anuncios en la Radio, como lo sería una emisora moderna, conocida y rentable como lo es por ejemplo, La Mega. Por ahora esta emisora tiene las tarifas vigentes del mes de julio 2015.

Para una marca como BB's Creaciones, lo ideal es anunciar y ofrecer su producto en un programa como "El Ruido", con Manuel Ángel Redondo en La

Mega, ya que el target al cual va dirigida la marca son jóvenes, y la hora a la que es transmitido el programa radial coincide con un horario en el que éstos se encuentren escuchando la emisora. (La Mega, 2015)(Ver anexo 1).

Claramente los costos de anuncios en TV abierta y cerrada, como en radio, son muy elevados, por lo cual se le hace poco accesible a la marca el poder publicitar su producto por estos medios. El equipo busca por lo tanto ofrecer al cliente un servicio más económico, pero igualmente efectivo, donde se cree un vínculo fiel e inquebrantable con el consumidor del producto o servicio. Además no resultaría beneficioso para la marca, hacer publicidad por medio tradicionales como la televisión y la radio, ya que solo posee dos punto de venta en todo el territorio nacional (Caracas y Maracay), por lo cuál sería una inversión muy grande, sin retorno el anunciar para el resto del país.

Hoy en día, se ha visto el uso frecuente de la promoción digital, por medio de las plataformas web 2.0. Éste es un medio efectivo, de bajo costo, alto rendimiento y alcance y que genera un importante “*feedback*” para las empresas.

Una Plataforma web 2.0 es un concepto que se acuñó en 2003 y que se refiere al fenómeno social surgido a partir del desarrollo de diversas aplicaciones en Internet El término establece una distinción entre la primera época de la web (donde el usuario era básicamente un sujeto pasivo que recibía la información o la publicaba, sin que existieran demasiadas posibilidades para que se generara la interacción) y la revolución que supuso el auge de los blogs, las redes sociales y otras herramientas relacionadas.

(Definicipon.de; Definicipon.de)

Las plataformas web 2.0, se dedican al “*feedback*” del usuario regular de la página web. En esta oportunidad se encuentra en las manos de los consumidores la verdadera apreciación que tienen hacia un determinado bien o servicio.

Por medio de estas plataformas, de uso gratuito, el usuario se siente libre de interactuar con una marca, ya que todas sus opiniones serán visibles a los

ojos del internet, y muchas de ellas podrán incluso ser tomadas en cuenta por la marca.

Por otro lado, la metodología de concurso ha resultado exitosa en previas ocasiones para BB's Creaciones. La representante de la misma suministró información de su experiencia positiva realizando concursos para la marca anteriormente. Con esas dinámicas, recibió buen feedback para su marca.

Presentación del proyecto

Dado el análisis de la situación actual del país (Venezuela), y de los altos costos que implica la utilización de los medios publicitarios tradicionales para poder promover y dar a conocer determinada marca o producto a la sociedad; El equipo sugiere la planificación, desarrollo y ejecución de una dinámica de mercadeo, donde se utilicen y aprovechen las diversas ventajas que ofrecen los medios digitales y las redes sociales, para así solventar la necesidad del cliente y alcanzar el objetivo deseado por el mismo. De esta forma se cumplirá la meta, pero con costos más bajos y una mejor relación precio – valor.

El tema del Proyecto Final de Carrera es en concreto:

“EL DISEÑO Y APLICACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA-PROMOCIONAL BASADA EN UNA COMPETENCIA DIGITAL A TRAVÉS DE LAS PLATAFORMAS 2.0 DE INSTAGRAM Y FACEBOOK PARA “BB’S CREACIONES C.A.” EN VENEZUELA.”

La marca con la cual se trabaja, es una línea de trajes de baño, producto del diseño y la elaboración del talento venezolano, la cual aspira generar el incremento de seguidores, generando conocimiento (*awareness* de marca) entre los posibles clientes potenciales en un período de corto y mediano plazo.

BB's Creaciones desea que sus productos sean los predilectos para el público a la hora de comprar bañadores, y de la misma forma que generen

fidelidad en ellos, manteniendo la distinción y la categoría que los caracteriza como marca.

El proyecto que se propone ejecutar es una dinámica de mercadeo que consiste en la elaboración y ejecución de un concurso difundido por las redes sociales, el cual está destinado a incentivar a los seguidores de la marca a participar en el mismo, siguiendo una serie de retos que serán anunciados progresivamente, por medio de los cuales se producirá el fenómeno del “boca a boca” y la transmisión del mensaje deseado, generando así el incremento de nuevos seguidores y/o futuros clientes.

La motivación para la realización del PFC seleccionado, es el hecho de poder propagar por medios digitales una campaña de mercadeo que funcione como difusor y generador del efecto “boca a boca”, en cuanto a la promoción de la marca con la cual se está trabajando; comprobando que existen otros métodos para anunciar más acordes a BB’s Creaciones, que ameritan un capital de inversión menor a los medios tradicionales.

La estrategia de mercadeo que se ejecutará en pro del beneficio de la marca, reducirá considerablemente los costos de inversión en cuanto a medios publicitarios, los cuales son de mera necesidad para hacer conocer y promover el producto que se ofrece al público.

La alternativa que el PFC ofrece, resulta ser ingeniosa en cuanto a su proceso de ejecución, ya que no sólo disminuye costos en cantidades considerables sino que aprovecha en su totalidad todas las herramientas modernas y versátiles que los medios digitales y la plataforma 2.0 ofrecen para la obtención del resultado que se busca, el cual comprobará que será altamente exitoso.

Estrategia

La dinámica de mercadeo que se llevará a cabo será la promoción de un concurso difundido por las redes sociales de la marca BB’s Creaciones, donde se indicarán detalladamente los requisitos y normas, los pasos a seguir y los premios que obtendrán los mejores tres concursantes del mismo.

El proyecto comenzará con una campaña de marca, la cual cautivará por algunos días la atención de los seguidores de la marca, manteniéndolos en suspenso y a la espera de la información que se les dará paulatinamente por las redes sociales (Instagram y Facebook).

Concurso: “GANA CON BB’S CREACIONES”

Tras varios días del constante lanzamiento de las piezas referentes a la campaña de marca o intriga (cuatro piezas), el equipo publicará cada tres y/o cuatro días los retos que deben llevarse a cabo para poder participar en el concurso. La competencia se llevará a cabo, con el fin de adquirir nuevos seguidores y/o clientes para la marca y que los tres mejores participantes resulten ganadores, obteniendo los premios del primer, segundo y tercer lugar, patrocinados por BB’s Creaciones.

El concurso “Gana con BB’s Creaciones”, consistirá en tres retos fotográficos que serán publicados cada tres y/o cuatro días por las redes sociales pertenecientes a la marca, Facebook e Instagram, teniendo el mismo una duración total de 27 días.

Como requisito indispensable los participantes de la competencia, deben ser mayores de edad (18 años); deben ser seguidores de la marca BB ‘s Creaciones en las redes sociales Instagram y/o Facebook y deben cumplir con las instrucciones que serán publicadas en cada reto.

Ejecución del concurso

Campaña de marca:

Por medio de cuatro piezas previas a los retos, se busca generar intriga en los usuarios de las redes sociales de BB’s Creaciones, creando con esto un incentivo hacia lo que progresivamente se publicará.

Primer reto: “Reto Kit Playero”:

Instrucciones:

- 1) Ser seguidor de la marca en sus cuentas digitales (Instagram y/o

Facebook “@bbs_creaciones”).

2) Subir una foto en el perfil de lo que sería para ellos el kit playero ideal.

3) Etiquetar a tres amistades en la foto.

4) Utilizar el *Hashtag* #ganaconbbscreaciones.

5) Etiquetar a la marca @bbs_creaciones en la foto publicada.

Segundo reto: “Reto Bikini”:

Instrucciones:

1) Ser seguidor de la marca en sus cuentas digitales (Instagram y/o Facebook “@bbs_creaciones”).

2) Subir una foto en traje de baño en el perfil (foto favorita).

3) Utilizar el *Hashtag* #ganaconbbscreaciones.

4) Etiquetar a la marca @bbs_creaciones en la foto publicada.

Tercer reto: “Reto Friends”:

Instrucciones:

1) Ser seguidor de la marca en sus cuentas digitales (Instagram y/o Facebook “@bbs_creaciones”).

2) Subir una foto original con sus mejores amigos y/o amigas.

3) Utilizar el *hashtag* #ganaconbbscreaciones.

4) Etiquetar a la marca @bbs_creaciones en la foto publicada.

Cierre de Campaña:

Para cerrar el concurso, se crearon dos piezas finales en las cuales se generó intriga entre las participantes, para luego dar a conocer a las tres ganadoras.

Es importante recalcar que entre cada reto, se publicarán piezas de recordatorio del concurso (7 piezas en total), invitando a los seguidores a formar parte del mismo, así como también, se continuará haciendo publicidad sobre la

marca y los productos que ésta ofrece al consumidor.

Para la selección de los tres finalistas (tres mejores concursantes del reto fotográfico “Gana con BB’s creaciones”) se tomarán en cuenta las tres fotos publicadas por un mismo concursante al finalizar los 27 días que tiene de duración el concurso, es decir, las tres fotos de cada uno de ellos deben ser consideradas las mejores.

El equipo, junto con los dueños y responsables de la marca, se encargará de determinar los criterios de selección de las mejores fotos publicadas por los participantes (ingenio, creatividad y dedicación), y posteriormente se decidirá entre ellos cuál amerita el primer, segundo y tercer lugar como ganadores del concurso.

Los tres ganadores recibirán por medio de envíos los premios que fueron anunciados desde el principio del concurso por las redes sociales pertenecientes a la marca.

El premio para el primer lugar, será un kit playero (traje de baño y estuche de cosméticos de la marca BB’s Creaciones, bronceador corporal y accesorios del cabello para la playa); El segundo lugar, recibirá un descuento del 30% en la compra de algún bañador de la marca, y el tercer lugar, recibirá un descuento del 20% en la compra de algún bañador de la marca. (Los tres ganadores del concurso serán anunciados por las redes sociales de la marca Instagram y Facebook).

La estrategia publicitaria digital no sólo se presentará en base al concurso, sino que se llevarán a cabo publicidades previas al concurso (campaña de marca o de intriga); durante el concurso (publicidad de la marca y los productos que ofrece a la venta así como los recordatorios llamando a los seguidores a concursar en los retos), y posterior al concurso (los ganadores y sus respectivos premios).

Propuesta del proyecto

La propuesta del proyecto se enfoca en una dinámica de mercadeo para la marca BB's Creaciones. La finalidad de la misma es que a un bajo costo de inversión, se tenga un retorno significativo en el aumento de seguidores de las redes sociales de la marca.

Este aumento significativo consiste en incrementar un 50% los seguidores mensuales regulares que tiene la empresa.

La compañía en un mes regular tiene un aumento de 250 seguidores, este proyecto busca un incremento de 375 usuarios nuevos que sigan a BB's Creaciones, motivados por la dinámica que la marca decidió realizar.

En los apartados siguientes se demostrará un estudio de mercado a fondo realizado a 100 clientes potenciales de la marca BB's Creaciones. De la misma manera, también se presentará detalladamente, el plan de mercadeo que fue ofrecido a la misma.

El **público objetivo** de la marca son las mujeres venezolanas entre 18 y 35 años, que se encuentren interesadas en los trajes de baño, en especial de la marca BB's Creaciones, las cuales apoyen el talento nacional, comprando marcas venezolanas, para ellas y las más pequeñas.

Con el concurso se busca dar a conocer la marca, atrayendo nueva clientela, que cumpla con el público objetivo.

BB's Creaciones quiere representar la creatividad y dedicación que ha colocado su creadora Bianca Beitia en sus diseños. Se dedica a la elaboración de trajes de baño con diseños únicos y hechos a la medida y al gusto de la clientela. Las telas son importadas, para lograr que el producto sea duradero y de mejor calidad.

Servicio a realizar

Se concretó con BB's Creaciones, realizar un concurso para su marca, con la finalidad de atraer más seguidores a la misma.

La empresa decidió compartir los usuarios y las claves de sus redes sociales para que el proyecto fluyera sin problema. Al tener acceso ilimitado a las cuentas, se pudo desarrollar la dinámica sin problema alguno.

Análisis DOFA del concurso para BB'S Creaciones

El análisis DOFA que a continuación se presentará es correlativo al concurso que BB's Creaciones piensa presentar a sus seguidores y clientes potenciales.

Con este análisis se van a explicar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de realizar un concurso por medio de las redes sociales en el territorio venezolano.

ANÁLISIS DOFA CONCURSO BB's CREACIONES	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• BB's Creaciones posee un gran número de seguidores en sus redes sociales, en comparación con la competencia.• Concursos realizados anteriormente por la marca, demuestran una mayor fidelidad por parte de sus seguidoras.• Debido a que la mayoría de las seguidoras de BB's Creaciones	<ul style="list-style-type: none">• Bajo capital de la marca, para invertir en espacios publicitarios.• La mayor cantidad de seguidores de la marca se ubican en Maracay y en Caracas, haciendo más difícil para los clientes potenciales de otros Estados conocer las redes sociales de la misma.

<p>están interesadas en los productos de la marca, estos desean participar en los concursos, para tener la oportunidad de ser los ganadores del mismo, obteniendo un premio de la marca a cambio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar retos muy complejos y ofrecer pocos que resulten poco atractivos para los participantes.
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alto alcance de las redes sociales. • Alta participación en concursos de usuarios en Instagram y Facebook, debido al amplio impacto que generan en la sociedad venezolana. • Las redes sociales al ser gratuitas, no implican un costo extra para la marca. • Debido a la reducción del poder adquisitivo del país por la inflación, la gente participa en concursos para adquirir de manera gratuita productos de valor. 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • La competencia directa e indirecta realiza concursos parecidos, con la misma finalidad de BB's Creaciones. • Todavía existe desconfianza de parte del consumidor a la hora de realizar una compra virtual.

A continuación se realizará un análisis de las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas que implican llevar a cabo un concurso para la marca BB's Creaciones.

Se debe aprovechar la ventaja de que las redes sociales son gratuitas, de esta manera la marca evita gastos publicitarios.

Al tener un número elevado en las redes sociales de seguidores, se va a reducir el número de usuarios que tengan desconfianza en comprar productos a través de los métodos virtuales de compra, incrementando las ventas de BB's Creaciones por medio de las plataformas digitales. La proporción de seguidores a nivel nacional se puede incrementar debido al reducido poder adquisitivo del venezolano, por lo tanto, este se encuentra en la búsqueda de concursos, para ganar productos de manera gratuita.

Existe un gran número de concursos patrocinados por la competencia, pero al ésta dinámica estar de moda entre los usuarios de Instagram y Facebook, le conviene a la marca apegarse a las tendencias nuevas, para no quedar atrás en el auge de las redes sociales.

Al existir la posibilidad de que los usuarios que hayan perdido el concurso realicen comentarios no pertinentes referentes a la marca, se pueden difuminar los comentarios negativos, gracias a la cantidad de seguidores fieles y complacidos que apoyan a la marca.

Principales necesidades detectadas en el cliente

La clientela de BB's Creaciones busca bañadores con modelos originales y de calidad que estén hechos a su medida, que sean cómodos, duraderos y a la moda, para completar el ajuar perfecto que merecen en sus vacaciones.

También necesitan de una relación directa con la marca, mientras mejor comunicación exista entre ambas partes, se creará un vínculo ganar - ganar.

A la hora de participar en un concurso en las redes sociales de una marca, el usuario, tiene varias necesidades.

- Primero, busca la transparencia en la competencia.
- Que el ganador realmente merezca el premio, debido a su participación destacada.
- Desean que el desafío sea entretenido, pero fácil de realizar.
- El participante necesita saber que su participación es tomada en cuenta, y que realmente la marca verifica que las participaciones son correctas.
- Por último agradecen que la marca cuide la participación de sus concursantes, administrando que cada uno de ellos realice los pasos a seguir de la manera correspondiente, y si es necesario, que la marca los corrija para que todos tengan la oportunidad de participar de la mejor manera posible en el concurso.

Diseño de la propuesta de valor del servicio, para la marca BB'S CREACIONES

Se decidió ejecutar un concurso para BB's Creaciones, con la finalidad de atraer nuevos seguidores a las redes sociales de la marca. Esto se debe a que en la actualidad los medios digitales son la herramienta más utilizada y de menor costo, para persuadir y ganar consumidores.

El servicio sería brindarle a la clientela, que ya es fiel y seguidora de la marca BB's Creaciones, la oportunidad de ganar productos de la misma. La idea es que al concursar, inviten a sus contactos más cercanos a conocer el producto y que estos también tengan la oportunidad de participar en el concurso. La finalidad es que esos clientes potenciales, se conviertan en consumidores fieles de BB's Creaciones.

La empresa maneja un aumento de 250 seguidores mensuales en su red social Instagram, y 50 en Facebook, en un mes regular. Se denomina mes regular, cuando la marca no hace ninguna dinámica especial para el aumento de sus seguidores. El objetivo del concurso es lograr un incremento del 50% más la base en ambas redes sociales.

Esto sería un total de 375 seguidores para Instagram y 75 usuarios en Facebook.

Antes de realizar el concurso, se decidió realizar una encuesta entre individuos que cumplieran las características del target de la marca BB's Creaciones.

Se utilizó la herramienta "SurveyMonkey", para analizar una muestra de 100 personas que podrían estar interesadas en realizar el concurso, y así analizar la efectividad del proyecto presentado a BB's Creaciones. La metodología implementada para obtener estos resultados constó en enviar la encuesta al perfil ideal de compradores potenciales de BB's Creaciones.

Los resultados fueron los siguientes:

Sexo de los participantes:

83% Femenino y 17% Masculino.

Esto da a entender que la mayoría de los concursantes serían mujeres. 100 personas contestaron esta pregunta.

(Ver anexo 2)

Edad de los participantes:

Menores de 18 años	2%
Entre 18 y 25 años	50%
Entre 26 y 30 años	15%
Entre 31 y 40 años	10%
Mayores de 41 años	23%

(Ver anexo 3)

100 personas contestaron esta pregunta.

Estos resultados permiten visualizar que los clientes potenciales tanto de la marca, como los realizadores del concurso, son las mujeres entre 18 y 25 años en su mayoría.

Pregunta 1: ¿Te gustaría participar en un concurso de Instagram o Facebook?

Si	29,29%
No	9,09%
Más o menos	6,06%
Depende del premio	33,33%
Depende de la dinámica	20,20%
Otros: "Depende del premio y la dinámica" "Depende de la cuenta que ofrece el concurso"	2,02%

(Ver anexo 4)

99 personas contestaron esta pregunta, sólo una omitió la respuesta.

En esta pregunta se observa que un 84.84% estaría de acuerdo con ser participante de un concurso, por medio de redes sociales, dependiendo de las condiciones del mismo.

Pregunta 2: ¿Qué estarías dispuesto a hacer para ganar el primer premio?

Etiquetar a tus conocidos	43,30% (42 personas)
Darle <i>Like</i> a una foto	85,57% (83 personas)
Darle follow a una cuenta	45,36% (44 personas)
Subir fotos a tu perfil	16,49% (16 personas)
“Repostear” una imagen	22,68% (22 personas)
Otros: “Depende de la dinámica” “Subir un video a mi perfil”	2,06% (2 personas)

(Ver anexo 5)

En esta pregunta, los encuestados tenían la oportunidad de seleccionar varias opciones. 97 personas contestaron esta pregunta, 3 decidieron omitir una respuesta al respecto.

Pregunta 3: ¿Involucrarías a tus amigos para ganar el concurso?

Si	46,46%
No	9,09%
Puede ser	31,31%
Depende de cuantos amigos	13,13%
Otros	0%

(Ver anexo 6)

99 personas decidieron contestar esta encuesta, mientras que una persona decidió omitir su respuesta. Casi la mitad de los encuestados involucrarían a sus amistades.

Pregunta 4: ¿Confías en los concursos ofrecidos por medio de las redes sociales?

Si	21,21%
No	15,15%
A veces	31,31%
Depende de la marca	30,30%
Depende de la cantidad de seguidores de la marca	2,02%
Otros	0,0%

(Ver anexo 7)

99 personas decidieron contestar esta encuesta, dando como resultado que dependiendo de la marca y su trayectoria, confiarían o no en la dinámica a realizar. Una persona decidió omitir su respuesta.

Pregunta 5: ¿Usas frecuentemente Instagram?

Si	76,77%
No	5,05%
A veces	15,15%
Prefiero otras redes sociales	3,03%
No tengo tiempo	0,0%

Otros	0,0%
--------------	------

(Ver anexo 8)

99 personas decidieron contestar esta encuesta, mientras que una persona decidió omitir su respuesta. Se observa como la mayoría de los encuestados siente afinidad con la red social Instagram.

Pregunta 6: ¿Usas frecuentemente Facebook?

Si	68,00%
No	12,00%
A veces	17,00%
Prefiero otras redes sociales	3,00%
No tengo tiempo	0,0%
Otros	0,0%

(Ver anexo 9)

Las 100 personas encuestadas, decidieron contestar esta pregunta. Se observa como un 68% de los encuestados siente afinidad con la red social Facebook.

Luego de analizar detalladamente esta encuesta, se decidió realizar un concurso con las especificaciones que serán descritas en el próximo apartado.

Descripción Detallada del Concurso

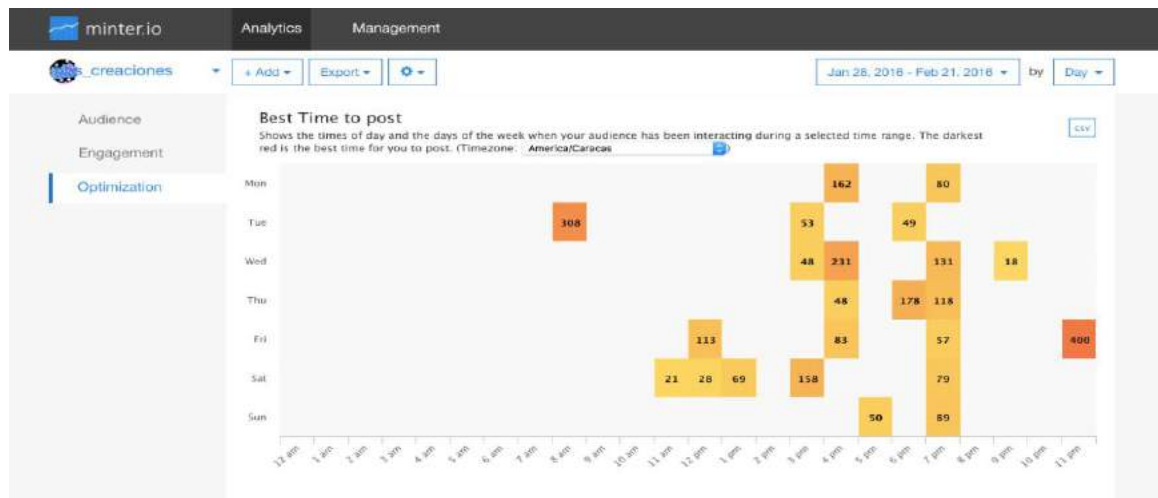
El concurso está separado en 4 etapas. La duración completa del concurso será del 28 de enero, que se publicará en las redes sociales la primera pieza de campaña de marca, hasta el 23 de febrero que se anunciarán las ganadoras.

La primera etapa es una campaña de marca. Se hace para reforzar la imagen y crear intriga entre los seguidores, de esta manera se comienza a correr la voz entre las redes, y esta se va extendiendo hasta los clientes potenciales que se tienen.

Se utilizó el *software* “Minter.io” para poder estipular cuales eran los mejores días y las mejores horas para colocar la campaña en las redes sociales.

Con tan solo colocar el usuario y la clave, el sistema automáticamente recopila toda la información necesarias para poder determinar el mejor horario.

El resultado que dio este software respecto al tráfico de personas conectadas en las redes sociales fue:



*Foto extraída de Minter.io, asociado a la cuenta @bbs_creaciones, el día 21 de febrero de 2016.

Se interpreta que la mejor hora para interactuar con la audiencia venezolana son los lunes y jueves de 4:00pm a 8:00pm. Los miércoles de 3:00pm a 8:00pm. Los viernes se observan dos picos con mayor flujo de interacciones que son entre 11:00am y 12:00pm, y luego se ve un pico de comunicaciones a las 11:00pm. Los sábados se percibe que es un día movido a varias horas, pero no con el tráfico de usuarios deseado.

A continuación se realizará una descripción detallada de las piezas a publicar en las redes sociales de la marca.

Descripción de la pieza

Pieza N°	1
Propósito General:	Crear intriga en los seguidores
Fecha de Publicación:	Jueves 28 de enero, 7:00pm
Tiempo de Duración:	3 Días
Copy de la Imagen:	"Pendiente"
Pie de Foto:	"Pendiente... Concursa y se tú la ganadora"



Descripción de la pieza

Pieza N°	2
Propósito General:	Crear intriga en los seguidores
Fecha de Publicación:	Domingo 31 de enero, 7:00pm
Tiempo de Duración:	4 Días
Copy de la Imagen:	“Viene una sorpresa”
Pie de Foto:	“Concursa y se tú la ganadora!”



Descripción de la pieza

Pieza N°	3
Propósito General:	Crear intriga en los seguidores
Fecha de Publicación:	Jueves 4 de Febrero, 7:00pm
Tiempo de Duración:	6 Días
Copy de la Imagen:	“¡Pronto te toca a ti!”
Pie de Foto:	“Concursa y se tú la ganadora!!!!”



La cuarta pieza se colocó a las redes sociales de la marca con un amplio intervalo de tiempo, debido a que las vacaciones de carnaval se situaron en esta fecha, y los seguidores de la marca podían perder el interés de realizar el concurso.

Descripción de la pieza	
Pieza Nº	4
Propósito General:	Crear intriga en los seguidores
Fecha de Publicación:	Miércoles 10 de Febrero, 7:00pm
Tiempo de Duración:	1 Día
Copy de la Imagen:	“ ¿Quieres ser la ganadora? ... ¡Cumple con los tres retos que estaremos publicando muy pronto!”
Pie de Foto:	“Ya no queda nada para el concurso!! ... tic tac tic tac.... Cumple con los tres retos que estaremos publicando muy pronto y se tú la ganadora!!”



Descripción de la pieza	
Pieza Nº	5
Propósito General:	Animar a la mayoría de los seguidores de la marca, a participar en el concurso. Con el propósito de obtener la mayor cantidad de seguidores para la marca
Fecha de Publicación:	Jueves 11 de Febrero, 7:00pm
Tiempo de Duración:	2 Días
Copy de la Imagen:	“Reto KIT PLAYERO... #ganaconbbscreaciones... INSTRUCCIONES (flecha que apunta hacia abajo)”
Pie de Foto:	<p>“RETO NÚMERO 1 ... Reto kit playero!!!!...:</p> <p>Primer lugar: Kit Playero Ideal: Traje de Baño BBS CREACIONES - Bandana - Bronceador Hawaiian Tropic - Estuche de Maquillaje.</p> <p>Segundo Lugar: 30% de descuento en alguno de los trajes de baño de la marca.</p> <p>Tercer Lugar: 20% de descuento en alguno de los trajes de baño de la marca.”</p> <p>Instrucciones del Concurso:</p> <p>Paso 1: Dale follow a nuestra cuenta @bbs_creaciones</p> <p>Paso 2: Sube una foto a tu perfil de lo que sería tu kit playero perfecto</p> <p>Paso 3: Etiqueta a tres de tus amigas en tu foto</p> <p>Paso 4: Utiliza el hashtag #ganaconbbscreaciones</p> <p>Paso 5: Etiquétanos @bbs_creaciones en tu foto!</p> <p>Recuerda tener tu cuenta pública para que así podamos visualizar los retos cumplidos y ser parte del concurso!!!!!!!!!!</p> <p>!Concursa y se tú la ganadora!!!! Suerte!!” (@bbs_creaciones)</p>



Se colocaron 3 requisitos indispensables: 1. Colocar el hashtag #ganaconbbscreaciones. 2. Etiquetar a 3 amigas en la foto. Y 3. Mencionar a la marca.

Descripción de la pieza	
Pieza N°	6
Propósito General:	Animar a la mayoría de los seguidores de la marca, a continuar con su participación en el concurso. Con el propósito de obtener la mayor cantidad de seguidores de vuelta
Fecha de Publicación:	Sábado 13 de Febrero, 7:00pm
Tiempo de Duración:	1 Día
Copy de la Imagen:	“¡No olvides que tienes hasta mañana para concursar en el primer reto! ... #ganaconbbscreaciones”
Pie de Foto:	“Reto kit playero! Tienes hasta mañana para subir tu foto! Recuerda concursar! Podrás ser tú una de nuestras ganadoras!!”



La séptima pieza va a cerrar la dinámica del primer reto del concurso que se realizó para BB'S Creaciones.

Descripción de la pieza	
Pieza N°	7
Propósito General:	Animar a la mayoría de los seguidores de la marca a finalizar su participación en el primer reto, de manera en que puedan prepararse para el segundo reto. Con el propósito de obtener la mayor cantidad de seguidores de vuelta, para las redes sociales de BB's Creaciones
Fecha de Publicación:	Sábado 13 de Febrero, 7:00pm
Tiempo de Duración:	1 Día
Copy de la Imagen:	"Recuerda concursar subiendo la foto de tu KIT PLAYERO ¡Hasta hoy! ... #ganaconbbscreaciones"
Pie de Foto:	" Puedes ser tú la ganadora de uno de nuestros 3 súper premios! Son 3 retos que debes cumplir!! Concurra con bbscreaciones"
Elementos de Composición:	Imágenes playeras
Recaudación:	34 "Likes" y 16 comentarios
Análisis:	Se observa como una gran parte de los seguidores de BB's Creaciones sigue deseando participar en el concurso. Estas traen consigo a sus conocidos más cercanos, para que sean fieles a la marca, y clientes potenciales
Anexo N°	7



Descripción de la pieza	
Pieza Nº	8
Propósito General:	Animar a la mayoría de los seguidores de la marca, a participar en el segundo reto “Reto Bikini”, para que continúen concursando. Con el propósito de obtener la mayor cantidad de seguidores para la marca, que estos se conviertan en clientes potenciales.
Fecha de Publicación:	Lunes 15 de Febrero, 7:00pm
Tiempo de Duración:	1 Día
Copy de la Imagen:	“ RETO BIKINI ... #ganaconbbscreaciones ... INSTRUCCIONES (flecha que apunta hacia abajo)
Pie de Foto:	<p>“RETO NÚMERO 2 ... RETO BIKINI INSTRUCCIONES:</p> <p>Paso1: Síguenos en nuestra cuenta @bbs_creaciones</p> <p>Paso 2: Sube en tu perfil tu foto favorita en traje de baño</p> <p>Paso3: Utiliza el hashtag #ganaconbbscreaciones</p> <p>Paso 4: Etiquétanos en tu foto</p> <p>Hasta que termine el concurso completo (los 3 retos) tienes chance de participar!! Concursa con BB’s Creaciones y se tú la ganadora!!</p> <p>PREMIOS:</p> <p>Primer lugar: Kit Playero Ideal: Traje de Baño BB’s Creaciones - Bandana - Bronceador Hawaiian Tropic - Estuche de Maquillaje.</p> <p>Segundo Lugar: 30% de descuento en alguno de nuestros trajes de baño</p> <p>Tercer Lugar: 20% de descuento en alguno de nuestros trajes de baño.”</p> <p>(@bbs_creaciones)</p>



.....

RETO BIKINI

.....

#ganaconbbscreaciones

INSTRUCCIONES

↓

The image is a promotional graphic for a contest. It features a background of a sunset over the ocean with waves in the foreground. A large, semi-transparent circular area is centered over the image. In the top left corner of this circle is the logo for 'BB's Creaciones', which includes a colorful butterfly and the text 'BB's Creaciones' and 'Ca'. The text 'RETO BIKINI' is written in a large, red, serif font. Below it, the hashtag '#ganaconbbscreaciones' is written in a smaller, red, sans-serif font. Underneath the hashtag, the word 'INSTRUCCIONES' is written in a red, sans-serif font. A red arrow points downwards from the word 'INSTRUCCIONES'. There are two sets of five red dots, one above and one below the main text.

Las próximas piezas son de incentivo para que más usuarios realicen el “Reto Bikini”, mientras más participen, más se va a dar a conocer la marca. El fin es seguir incrementando el número de seguidores de las redes sociales de la marca.

Descripción de la pieza	
Pieza N°	9
Propósito General:	Animar a la mayoría de los seguidores de la marca, a continuar con su participación en el concurso. Con el propósito de obtener la mayor cantidad de seguidores de vuelta
Fecha de Publicación:	Martes 16 de Febrero, 7:00pm
Tiempo de Duración:	1 Día
Copy de la Imagen:	“ ¡No olvides que tienes hasta mañana para participar en el segundo reto! ... #ganaconbbscreaciones “
Pie de Foto:	<p>“Chicas!! Tienen hasta mañana 17 de febrero para concursar en el reto número 2 del concurso!! El reto Bikini! Riega la voz a tus amigas y atrévase! Cualquiera de ustedes puede ser la ganadora de uno de nuestros maravillosos 3 premios! “</p> <p>(@bbs_creaciones)</p>



La décima pieza va a cerrar la dinámica del primer reto del concurso que se realizó para BB'S Creaciones.

Descripción de la pieza	
Pieza Nº	10
Propósito General:	Animar a la mayoría de los seguidores de la marca, a finalizar su participación en el segundo reto, de manera de prepararlas para el tercero. Se hace con el propósito de obtener la mayor cantidad de seguidores de vuelta, para las redes sociales de BB's Creaciones
Fecha de Publicación:	Miércoles 17 de Febrero, 7:00pm
Tiempo de Duración:	1 Día
Copy de la Imagen:	“Recuerda concursar subiendo la foto del RETO BIKINI ¡Hasta hoy! ... #ganaconbbscreaciones”.
Pie de Foto:	<p>“Princesas! Recuerden subir su foto del reto bikini (reto2) y cumplir con los requisitos que indicamos en la publicación de cada reto! Las chicas que no hayan participado aún, todavía tienen chance de concursar subiendo su foto de cada reto y cumpliendo con los requisitos! Participa en el concurso #ganaconbbscreaciones y se tú la ganadora!”</p> <p style="text-align: center;">(@bbs_creaciones)</p>



Se colocaron 2 requisitos indispensables: 1. Colocar el hashtag #ganaconbbscreaciones. y 2. Mencionar a la marca.

Descripción de la pieza	
Pieza N°	11
Propósito General:	Animar a la mayoría de los seguidores de la marca, a participar en el tercer reto “Reto Friends”, para que continúen concursando. Con el propósito de obtener la mayor cantidad de seguidores para la marca, que se conviertan en clientes potenciales.
Fecha de Publicación:	Jueves 18 de Febrero, 7:00pm
Tiempo de Duración:	2 Días
Copy de la Imagen:	“RETO FRIENDS ... #ganaconbbscreaciones ... INSTRUCCIONES (flecha que apunta hacia abajo)
Pie de Foto:	<p>“RETO NÚMERO 3 ... RETO FRIENDS INSTRUCCIONES:</p> <p>Paso 1: Síguenos en nuestra cuenta @bbs_creaciones</p> <p>Paso 2: Sube una foto original con tus mejores amigas.</p> <p>Paso 3: Utiliza en tu foto el hashtag #ganaconbbscreaciones</p> <p>Paso 4: Etiquétanos en tu foto (@bbs_creaciones)</p> <p>Recuerda que tienes hasta el domingo 21 de febrero para subir la foto del reto friends (reto 3)!!</p> <p>Si aún no has concursado no hay problema porque tienes hasta esa misma fecha para poder concursar sin problema, siempre y cuando cumplas con las 3 fotos de los 3 retos! Anímate a concursar y ser tú una de las ganadoras de nuestros fabulosos 3 premios!</p> <p style="text-align: center;">#Ganaconbbscreaciones”</p> <p>(@bbs_creaciones)</p>



.....
RETO
FRIENDS

.....
#ganaconbbscreaciones

INSTRUCCIONES



Las próximas piezas son de incentivo a que más usuarios realicen todos los retos. Mientras más participen, más se va a dar a conocer la marca. El fin principal es seguir incrementando el número de seguidores de las redes sociales de la marca.

Descripción de la pieza	
Pieza N°	12
Propósito General:	Animar a la mayoría de los seguidores de la marca, a iniciar su participación en el concurso. Con el propósito de obtener la mayor cantidad de seguidores de vuelta. Con esta pieza se da la oportunidad de volver a participar en el concurso a las seguidoras de la marca.
Fecha de Publicación:	Viernes 19 de Febrero, 7:00pm
Tiempo de Duración:	1 Día
Copy de la Imagen:	“ ¡Todavía puedes participar! Cumple los tres retos y se TÚ LA GANADORA” ... #ganaconbbscreaciones.”
Pie de Foto:	“Princesas! Recuerden que aún pueden concursar subiendo las 3 fotos de los 3 retos que hemos ya publicado y cumpliendo con los requisitos que cada uno indica Anímate a ganar! Puedes ser tú!! #ganaconbbscreaciones” (@bbs_creaciones)



La finalidad de esta pieza de refuerzo, fue incentivar la participación de seguidores, que no habían seguido el hilo de la campaña anterior, para darle más fuerza y veracidad a la marca.

Descripción de la pieza	
Pieza N°	13
Propósito General:	Animar a la mayoría de los seguidores de la marca a iniciar su participación en el concurso. Con el propósito de obtener la mayor cantidad de seguidores de vuelta. Con esta pieza se da la oportunidad de volver a participar en el concurso a las seguidoras de la marca.
Fecha de Publicación:	Sábado 20 de Febrero, 7:00pm
Tiempo de Duración:	1 Día
Copy de la Imagen:	“ No olvides que tienes hasta mañana para concursar en el tercer y último reto ... #ganaconbbscreaciones”
Pie de Foto:	<p>Princesas! No olviden que tienen hasta mañana para concursar en el reto friends!! Si te falta alguno de los tres retos, ¡ánimate! Recuerda que puedes ser tú la ganadora!</p> <p>Estos son nuestros tres premios:</p> <p>Primer Lugar: Kit playero ideal (traje de baño bb's creaciones, bandana, bronceador hawaiian tropic y un estuche de maquillaje).</p> <p>Segundo Lugar: 30% de descuento en alguno de nuestros trajes de baño.</p> <p>Tercer Lugar: 20% de descuento en alguno de nuestros trajes de baño.</p> <p>Solo deben seguir nuestra cuenta @bbs_creaciones, realizar los tres retos (Reto kit playero - Reto Foto con tu traje de baño favorito - Reto Friends) y usar el hashtag #ganaconbbscreaciones Tienes hasta mañana para poder ser alguna de nuestras ganadoras!!</p> <p>#ganaconbbscreaciones. (@bbs_creaciones)</p>



¡No olvides que tienes
hasta mañana para concursar
en el tercer y último reto!

#ganaconbbscreaciones

Las próximas piezas son de incentivo a que más usuarios realicen el “Reto Friends”, mientras más participen, más se va a dar a conocer la marca. Nuestro fin es seguir incrementando el número de seguidores de las redes sociales de la marca.

Se colocaron 2 requisitos indispensables: 1. Colocar el *hashtag* #ganaconbbscreaciones. y 2. Mencionar a la marca.

Descripción de la pieza	
Pieza N°	14
Propósito General:	Animar a la mayoría de los seguidores de la marca, a finalizar su participación en el concurso. Con el propósito de obtener la mayor cantidad de seguidores de vuelta. Con esta pieza se da la oportunidad de volver a participar en el concurso a las seguidoras de la marca.
Fecha de Publicación:	Domingo 21 de Febrero, 7:00pm
Tiempo de Duración:	1 Día
Copy de la Imagen:	“ Recuerda concursar subiendo la foto del RETO FRIENDS ¡Hasta Hoy! ... #ganaconbbscreaciones.”
Pie de Foto:	“Princesas tienen hasta hoy para concursar y ser una de nuestras 3 ganadoras! Anímate y gana con @bbs_creaciones” (@bbs_creaciones)



La próxima pieza será referente al anuncio de los ganadores del concurso, para crear un ambiente de intriga entre las participantes.

Descripción de la pieza	
Pieza Nº	15
Propósito General:	Crear más intriga entre los seguidores, para que al momento de anunciar a las ganadoras, estuvieran atentas.
Fecha de Publicación:	Lunes 22 de Febrero, 7:00pm
Tiempo de Duración:	1 Día
Copy de la Imagen:	“Mañana se darán a conocer las GANADORAS del concurso... #ganaconbbscreaciones.”
Pie de Foto:	“Ya mañana publicaremos quienes fueron seleccionadas como nuestras 3 ganadoras!!!! Atentas!!” (@bbs_creaciones)



La última pieza que se colocó en las redes sociales referente a la dinámica que realizó la marca BB's Creaciones, fue una que dio a conocer a las ganadoras del concurso.

Descripción de la pieza	
Pieza N°	16
Propósito General:	Dar a conocer a las ganadoras del concurso, y así cerrar la contabilidad de seguidores nuevos a la marca BB's Creaciones.
Fecha de Publicación:	Martes 23 de Febrero, 7:00pm
Tiempo de Duración:	1 Día
Copy de la Imagen:	“!Estas son nuestras ganadoras! ... 1er Lugar @STEPHANIE_SOLER ... 2do Lugar @CAROVALE3M ... 3er Lugar @FABIIBANAO ... ¡FELICIDADES!”
Pie de Foto:	<p>“Y llegó el momento de publicar quiénes fueron nuestras 3 ganadoras en el concurso #ganaconbbscreaciones! Antes que nada queremos agradecer a todas nuestras hermosas concursantes El criterio para elegir a nuestras 3 ganadoras fue: creatividad, empeño y dedicación a la hora de publicar las fotos de los 3 retos, de la misma forma el haber cumplido con todos y cada uno de los requisitos necesarios @stephanie_soler @carovale3m @fabiibanao Por favor princesas comuníquense con nosotras por direct para pautar el envío del premio (ganadora del primer lugar) y la metodología de los descuentos (ganadoras del segundo y tercer lugar). Una vez más gracias a todas las concursantes por participar y felicidades a nuestras ganadoras!! #ganaconbbscreaciones @bbs_creaciones”</p> <p style="text-align: right;">(@bbs_creaciones)</p>



Red de distribución del servicio

Cómo es una competencia virtual, se efectuó por medio de las redes sociales. La red de distribución del servicio es sustentada por la plataforma web 2.0.

La plataforma web 2.0 se centra en sus usuarios, brindando una actualización constante de contenido y una interacción entre la página web y el usuario de la misma, generando un intercambio de contenido constante y directo.

Esta web 2.0 es un fenómeno social, ya que hace a todos parte de ella.

Hoy en día no existe una noticia completamente verídica, si detrás de ella no se encuentra un gran número de personas leyéndola y compartiéndola a través de sus redes sociales.

Este intercambio de información muchas veces puede ser positivo, pero también puede no serlo, depende de la manera en que el usuario desee reaccionar ante la información que está recibiendo. (Definicion.de, 2008)

Por medio de esta plataforma es que se realizó el concurso para la marca BB's Creaciones. La dinámica que se realizó estuvo en cada momento sujeta a interacciones con los seguidores de las redes sociales de la marca.

La mayoría de los interesados en ganar los premios comentaron una y otra vez en las piezas colocadas por BB's Creaciones en sus redes sociales, muchas para verificar si su participación en el concurso era la correcta.

Esta comunicación existente entre la marca y los concursantes, es lo que crea la fidelidad entre ambos, la confianza, la cual se transformará luego en una clientela regular para BB's Creaciones.

Otro medio que se utilizó para la distribución del concurso fue la red de servicio en envíos MRW. A la ganadora del concurso @STEPHANIE_SOLER, le será entregado en su hogar el traje de baño BB's Creaciones que ganó gracias a su participación en la dinámica realizada por la marca.

Integración del cliente en la propuesta de valor

La participación del usuario se pudo observar en varias etapas de la dinámica.

Al inicio, al obtener la data base y obtener la descripción del producto y servicio, se llegó a la conclusión que un 67.67% de mujeres entre 18 y 35 años estarían dispuestas a realizar un concurso, para ser ganadoras de un traje de baño. Se decidió contactar a la marca BB's Creaciones, para ofrecerle un servicio de mercadeo de su producto y marca, por medio de las redes sociales.

Al contactar al propietario de la empresa, se constató que esta no contaba con un capital de inversión publicitaria alto, por lo tanto la dinámica debía ser de bajo presupuesto. Se acordó que la inversión de la marca sería menor de 50.000 BsF. a lo cual BB's Creaciones accedió.

Antes de comenzar con la dinámica, se concilió con la marca la imagen de la misma, para que el concurso no saliera de los lineamientos ni los valores que constituyen a BB's Creaciones. Por otro lado se acordaron los premios que

se entregarían a los ganadores, facilitados por la marca, ya que son sus productos.

Antes de publicar las piezas en las redes sociales, se presentaron ante la marca para su aprobación; estas debían seguir con el hilo conceptual de la campaña a realizar, y no podían romper con su imagen.

A medida que transcurría la dinámica, se consultó a la propietaria en varias ocasiones para continuar con el mismo concepto de respuesta hacia sus seguidores, de esta manera, sería más directo el trato entre la marca y sus usuarios.

Luego de que las piezas fueron aprobadas y el concurso se encontraba en su etapa final, se contactó a BB's Creaciones para presentarle a las posibles ganadoras, tomando en cuenta que estas fuesen aprobadas también por la marca .

Formas de alcance al cliente

En este proyecto, la comunicación y el alcance al cliente BB's Creaciones fue por medio de llamadas, mensajes electrónicos y contacto personal, ya que el verdadero alcance debe estar enfocado en los usuarios y clientes de la marca.

Este acercamiento con los usuarios de BB's Creaciones se dio por medio de las plataformas web 2.0. Se buscó que las piezas fueran atractivas visualmente, para captar la atención y el interés de los seguidores; de la misma manera se intentó tener un *copy* y pie de foto sencillo de comprender.

A medida que transcurrió el concurso, surgieron entre las participantes y seguidoras dudas con respecto a la dinámica; si ésta estaba siendo realizada de manera correcta, y otras preguntas pertinentes al tema. Al ver la cantidad de comentarios, se decidió responder de manera directa uno por uno. Esto trajo como resultado la gratitud y *feedback* de los usuarios de las redes debido a que se sintieron tomadas en cuenta.

Por último se contactaron a las tres ganadoras vía mensaje directo de Instagram para poder realizar el envío de los premios. En el mensaje se acordó el envío por MRW a la dirección de la ganadora del primer premio.

Aproximación al Retorno de Inversión

Se estableció con BB's Creaciones la elaboración de una campaña de mercadeo, cotizada en BsF. 44.500.

El desglose de la misma es:

Servicio de la campaña	BsF. 10.000
Primer Premio:	
• Traje de Baño	BsF. 20.000
	BsF. 2.100
• Estuche	BsF. 1.500
• Bronceador	BsF. 900
• Bandana	
Total	BsF 24.500
Segundo Premio (Descuento del 30% en un Traje de Baño)	BsF. 6.000
Tercer Premio (Descuento del 20% en un Traje de Baño)	BsF. 4.000
Total de inversión	BsF. 44.500

El retorno acordado para la inversión consta en aumentar los seguidores de la marca BB's Creaciones en las redes sociales Instagram y Facebook en un

50%, lo cual equivale a 375 seguidores y 75 nuevos amigos respectivamente. Estos seguidores se traducen en clientes potenciales que en un corto plazo, podrían llegar a generar beneficios múltiples para la marca.

El objetivo acordado fue incrementar el 50% de seguidores al aumento base mensual de *followers* de BB's Creaciones. Esto se traduce a que el aumento regular es de 250 usuarios al mes en la red social Instagram y de 50 nuevos amigos en Facebook. Con esta inversión se busca ampliar a 375 simpatizantes en Instagram y 75 en Facebook.

Con la campaña realizada se logró obtener el objetivo estipulado por BB's Creaciones, e incluso se superó el mismo en un 138% en Instagram y 142% en Facebook. El total de seguidores obtenidos por la dinámica en Instagram fue de 719 *followers*, traduciéndose a un 188% por encima del estándar. Mientras que en Facebook se obtuvieron 146 nuevos amigos, representados en 192% por encima de la base.

El retorno de inversión de la marca superó las expectativas planteadas, trayendo la satisfacción de los directivos de la empresa y de los nuevos clientes potenciales para la marca.

Tecnologías Adoptadas

Para la elaboración de este proyecto se implementaron varias tecnologías, la mayoría soportadas por una plataforma web 2.0.

Antes de trazar la estrategia publicitaria, se realizó una encuesta a una muestra que cumplía con las características del target de BB's Creaciones.

Para realizarla se utilizó la página web “**Survey Monkey**”, la cual brinda la opción de realizar una encuesta al gusto de sus usuarios, y ejerce un análisis y tabulación de resultados de las primeras 100 personas que realizan la encuesta.

Luego de trazar la estrategia de la campaña, se tuvo que establecer la hora de publicación de las piezas.

Para instaurar una hora precisa se utilizó la herramienta “**Minter.io**”. Esta página web sincroniza el usuario de Instagram a su sistema operativo, y automáticamente elabora estadísticas relacionadas con el manejo de la cuenta de Instagram, en este caso se asoció a Minter.io, con la cuenta de BB’s Creaciones. Luego de realizar la sincronización de la página, se pudo saber cuáles eran las horas de mayor conveniencia para la publicación de las piezas.

Se implementaron las redes sociales **Instagram y Facebook** para realizar el concurso. Estas son plataformas web 2.0, que permiten la interacción directa entre el usuario de la aplicación, que sigue a la marca, y el administrador de las redes sociales de la empresa.

Se utilizó la herramienta **Photoshop** para diseñar las piezas del concurso, que luego fueron publicadas en las redes. Esta aplicación funciona para facilitar la creación de las piezas necesarias para la elaboración de la campaña.

Instatrack se implementó para contabilizar la cantidad de nuevos seguidores. De la misma manera permitía ver el número específico de usuarios que tenía la marca, como también el aumento diario de *followers* de la misma.

Estrategia activos a largo plazo

Los activos a largo plazo van a ser las publicidades que realicen las ganadoras del concurso con sus premios.

La ganadora del primer lugar, publicará en sus redes sociales una fotografía con su bañador patrocinado por BB’s Creaciones. De la misma manera colocará publicidad BB’s Creaciones en su automóvil, decisión que fue tomada por ella voluntariamente, sin intervención de la marca, pero la cual traerá grandes beneficios a la misma.

Más publicidad para la marca, traerá a futuro más clientes potenciales a BB’s Creaciones, esto puede interpretarse como futuras ventas, lo cual la ayudará a alcanzar su objetivo de aumentar el *awareness* de la marca.

Con el siguiente apartado se busca ubicar al lector en el marco contextual de lo que es la marca BB's Creaciones.

Historia

BB's Creaciones nació en el 2008 en Maracay como una marca de accesorios. Su dueña y autora, Bianca Beitia, creó el nombre con sus iniciales y la palabra "Creaciones" para así dar a conocer sus diseños en accesorios. Vendía principalmente pulseras, zarcillos, collares y bandanas. En el 2009, su madre la inscribe en un curso de costura, en el cual comienza a hacer trajes de baño. Poco a poco, diseña trajes de baño por su cuenta y sus amigas comenzaron a adquirirlos, observando con agrado los mismos. Decidió entonces agregar a la venta de accesorios el nuevo producto, trajes de baño, y con el pasar del tiempo, las personas únicamente estaban interesadas en la compra de los bañadores. Por lo tanto, para el año 2010, decidió dejar de lado el diseño de los accesorios y se enfocó totalmente en la venta de bañadores de su propio diseño.

En el año 2012, Bianca Beitia creó una cuenta de Facebook para la marca, para así tener más alcance y mercadearse por esta red. En el 2013, abre la cuenta de Instagram, donde comienza a tener muchos seguidores y mucha clientela. Por otro parte, amplía su variedad de mercancía y agrega una gama de productos a su venta (carteras de playa, pareos, bandanas, estuches de maquillaje y otros accesorios playeros).

BB'S Creaciones inaugura su primera tienda en Maracay, en el año 2014, ubicada en el Centro Comercial Global. Posteriormente, abre su segunda tienda en Caracas en 2015, ubicada en el Centro Comercial Paseo Las Mercedes. Hoy en día, lleva el negocio junto con su esposo y han logrado tener mucho éxito.

BB's Creaciones es una empresa comprometida con sus clientes en aportarles el mejor servicio, los diseños más atractivos, la mejor calidad en sus bañadores y la más amplia variedad en sus productos.

Situación Actual

Hoy en día BB's Creaciones ha logrado posicionarse como una marca de diseño venezolano muy exitosa. Cuenta con dos tiendas, una en Maracay y otra en Caracas.

La empresa ha logrado por medio de la red social *Instagram* y *Facebook* generar una clientela bastante amplia, la cual es atendida por medio de *Whatsapp*, correos electrónicos y mensajes de texto. Se realizan envíos de los productos en venta tanto a nivel nacional (Domesa, DHL y MRW) como a nivel internacional (DHL), principalmente a los Estados Unidos y México.

Por otra parte, cuenta con agentes de venta autorizados, en Panamá y en la ciudad de Miami, los cuales tienen autorización para vender sus diseños en estas ciudades del exterior.

Los diseños de BB's Creaciones son conocidos por la excelencia y por la buena calidad en las telas que utilizan, las cuales son compradas en los Estados Unidos para así brindarle a su clientela la mejor materia prima en cuanto a los productos que ofrece. No trabaja con colecciones, ya que cada traje de baño es exclusivo y único; no se repite. También tiene la opción de que la clientela pida su bañador a la medida, eligiendo las telas y su diseño de preferencia.

En las tiendas se acepta como forma de pago: tarjetas de crédito, débito y efectivo. Mientras que en las compras por medio de *Whatsapp* se trabaja por medio de transferencias y depósitos.

Clientes

Los clientes de la marca BB's Creaciones, son principalmente mujeres entre las edades de 18-35 años, interesadas en bañadores de diseño venezolano. Estos clientes están interesados en buenos precios y bonitos

diseños de trajes de baño. Por otro lado, podemos hacer una separación entre las clientas que compran los bañadores por medio de la red social de Instagram, las que compran el producto en las tiendas de la marca, y por último, las que compran fuera del país. Estos distintos métodos de compra permiten tener una amplia gama de clientela, la cual lleva a una experiencia de compra distinta en cada caso.

Las que compran por la red social, pueden observar los distintos diseños en las fotografías colocadas en la red, luego se comunican con la vendedora y llevan a cabo su compra, tras la operación, se les envía el traje de baño por medio de un servicio de envío.

Las clientas que compran en la tienda, pueden ver los distintos diseños en físico, como también pueden decidir encargarse el bañador a su medida.

Por último las compradoras fuera del país, pueden comunicarse con la dueña de la marca para ver los diseños y también son despachados por servicios de envío.

Las clientas de BB's Creaciones se caracterizan por estar interesadas en diseños originales, piezas únicas, precios solidarios y un servicio impecable.

Análisis de Competencia

El mercado de venta de trajes de baño, producto del diseño nacional, se ha hecho muy popular hoy en día y existe una gran variedad de marcas que se dedican al diseño de la misma clase de productos. Se debe analizar por lo tanto la competencia directa de BB's Creaciones para así conocerla y llevarle ventaja.

En primer lugar, se tiene "Lunhoa Suimsuit", una marca de bañadores hechos en la ciudad de Maracay al igual que BB's Creaciones. Esta marca cuenta con aproximadamente 35.000 seguidores en la red social Instagram y aproximadamente 5.000 amigos en Facebook. Se confeccionan trajes de baño según las colecciones que sacan, que van variando cada dos meses y no hacen

bañadores a la medida. Tiene variedad en sus diseños y telas y los precios varían dependiendo del modelo, pero están dentro de un rango de 30.000 BsF a 35.000 BsF. Por otro lado, esta marca hace envíos a todos los estados de Venezuela, como también al exterior, y además cuenta con una tienda en el C.C Las Américas, Maracay. Recientemente se llevó a cabo un concurso, en el cual rifaron un traje de baño por el aniversario de la marca. (Lunhoa, 2011)

En segundo lugar, se debe mencionar a la marca “Hera”, la cual también se funda en Maracay. “Hera” cuenta con aproximadamente 61.000 seguidores en Instagram, mientras que en Facebook no tienen una cuenta creada. Se maneja principalmente por Instagram, aunque tiene un *Showroom* en Maracay. Esta marca hace piezas distintas que no se repiten, no trabajan con colecciones, y tampoco permiten crear piezas a la medida. Hacen envíos a nivel nacional y cuentan con un representante de ventas en Miami. No cuenta con gran variedad en sus diseños, aunque sí tiene una diversidad en telas, además, están ampliando su mercado con la venta de franelas, las cuales poseen un precio de 5.000 BsF. - 6.000 BsF. Los precios de estos bañadores están entre un rango de 13.000 BsF. – 16.000 BsF. (Hera , 2014)

En tercer lugar, se observa la marca “Ala Rota”, de diseños de bañadores hechos en Maracay. “Ala Rota” cuenta con aproximadamente 23.000 followers en la red social Instagram y aproximadamente 4.800 amigos en Facebook. Esta marca también es conocida por hacer piezas únicas que no se repiten, ya que no trabajan por colección, pero sí hacen bañadores a la medida y al gusto de sus clientas. Tiene una tienda en la Urbanización Calicanto en Maracay; hacen envíos a nivel nacional y cuentan con una representante de ventas en Miami y otra en Panamá. Los precios de estos bañadores varían entre 15.000 BsF y 20.000 BsF. Tienen una amplia variedad en sus telas y diseños y además venden productos relacionados (shorts de playa, Kimonos, bandanas, entre otros). (Ala Rota, 2015)

Las tres marcas tienen un muy buen manejo de sus redes; publican fotos de sus productos todos los días, responden las preguntas de los clientes y clientes potenciales y llevan una imagen atractiva.

Por otro lado, se debe tener en cuenta las conclusiones que pueden ser extraídas de este análisis de la competencia. La marca con los precios más bajos, es la que más seguidores tiene, por ende se puede comprender que los clientes y clientes potenciales buscan un mejor precio al comprar trajes de baño. Se puede observar también cómo varía la posibilidad de hacer bañadores a la medida del cliente; no es algo que todas las marcas tienen, pero realmente es algo positivo para la misma. Asimismo, se puede notar la presencia de los envíos nacionales en todas las marcas, sin duda es un factor muy importante en cuanto a la venta de los bañadores de cada marca, dado al alcance y extensión que esto les proporciona.

Estrategias Usadas

BB's Creaciones utiliza varias estrategias para diferenciarse de la competencia y para aprovechar sus fortalezas y sus oportunidades. Por un lado, se enfoca en crear diseños únicos para su clientela, produciendo bañadores originales y distintos a otras marcas. Utiliza telas que llaman la atención, de buena calidad, con colores muy alegres, y posee una amplia variedad en sus diseños.

BB's Creaciones, como lo indica su nombre, utiliza el ingenio para diseñar nuevas creaciones sin igual, dándole a su clientela la oportunidad de que su bañador no se repita y sea de esta forma realmente único. Además, la marca permite hacer los trajes de baño a la medida, con las telas y los diseños que elijan las clientas, es decir, al gusto de cada quien.

En sus redes sociales, la marca utiliza un lenguaje muy claro y básico, permitiendo la comprensión de todo el que la lea. Además, utiliza muchas imágenes atractivas, coloridas y diferentes, como lo es su marca. Al menos una

vez al día es colocada una foto en Instagram, mostrando los modelos de bañadores disponibles, recordando la información sobre las tiendas y los envíos, o mostrando a alguna clienta satisfecha utilizando su traje de baño BB's Creaciones.

En cuanto a las compras, la marca maneja varios medios, para así ampliar su clientela. En primer lugar, se pueden hacer las compras por medio de las redes sociales; eligiendo el modelo de su preferencia, poniéndose en contacto con la marca, haciendo la transferencia y posteriormente recibiendo el producto por medio de servicios de envío. En segundo lugar, el comprador puede ir a la tienda (Maracay y Caracas), observar los diseños en persona, elegirlo y pagar en los puntos de venta.

Por último, BB's Creaciones tiene a una representante en Panamá, a la cual pueden contactar por vía telefónica y pueden adquirir el bañador por medio de transferencias o pagos en efectivo. Estas distintas opciones de pago amplían el panorama de compradores y permiten el crecimiento de la marca.

BB's Creaciones ha aplicado en el pasado el uso de descuentos en sus productos (Descuento de Black Friday: "Compra uno y el segundo sale a mitad de precio"; Promoción Fin de Año: Descuentos en las piezas). También, ha llevado a cabo concursos para rifar uno de sus trajes de baño. Este tipo de concurso fue mucho más simple, donde se le pedía a las seguidoras de la marca en Instagram colocar una foto en su perfil que tuviese la frase "I love BB's Creaciones", de la manera más creativa. Posterior a esto, la dueña de la marca eligió a cinco finalistas, de las cuales se convertiría en ganadora la que más *likes* obtuviera en la foto. Este concurso se hizo hace aproximadamente dos años.

Por otro lado, la marca también utiliza la influencia de las personas con muchos seguidores en Instagram. Les envía un traje de baño como obsequio a estos *Influencers* (pueden ser modelos muy reconocidas, *misses*, actrices, entre otras), para que coloquen una foto de ellas utilizándolo en sus redes sociales, y así atraer a más clientes potenciales.

Análisis DOFA

Para conocer correctamente a la empresa BB's Creaciones, debemos llevar a cabo un **Análisis DOFA**. Conoceremos así su situación, determinaremos sus ventajas competitivas, analizando sus características externas (Amenazas y Oportunidades) así como las internas (Debilidades y Fortalezas). Posterior a esto, se debe tomar cada una de estas características para así hacerlas funcionar para la empresa; destacar las fortalezas, aprovechar las oportunidades, defender las debilidades y alejar las amenazas.

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none">• Competitividad dentro del mercado• La marca tiene una percepción positiva en su clientela• Precios accesibles y competitivos, diseños atractivos• Flexibilidad y practicidad para el diseño de los trajes de baño a la medida	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Leve o bajo conocimiento de la marca en personas que podrían llegar a ser clientes potenciales• Leve conocimiento fuera de su ciudad de origen• Pocos puntos de venta a nivel nacional
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Ampliar la gama de diseño para llegar a más estratos y a otros segmentos de mujeres más adultas• Crecimiento en otras ciudades	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">• Categoría de alto nivel de competencia, marcas, empresas y diversidad de oferta• Dificultad en la obtención de materia prima

de Venezuela	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad de acceso a los puntos de venta, dadas las restricciones de horario en los Centros Comerciales
--------------	---

Para que BB's Creaciones logre disminuir el riesgo de tener mucha competencia, debe enfocarse en la competitividad que tiene en el mercado, ya que tiene muy buena percepción y reputación dentro del mismo. Si se mantiene en esta misma posición, puede llevarle gran ventaja a la competencia. Además, estas fortalezas también ayudan a disminuir la debilidad que representa el poco conocimiento de la marca para personas que podrían llegar a ser clientes potenciales.

La empresa debe mantenerse apegada a su buena imagen y percepción para así atraer más clientela. También se podría mejorar esta debilidad al ampliar la gama de diseño, para así llegar a más estratos y a otros segmentos.

Al hablar del leve conocimiento fuera de su ciudad de origen, vemos claramente la gran oportunidad que tiene BB's Creaciones de ampliar su mercado y venta en otras ciudades de Venezuela. Esto se logrará por medio de planificación, estrategia y buen manejo de la marca.

Mapa de Públicos

El **Mapa de Públicos** es un análisis importante sobre el entorno de cada empresa. Determina en quiénes se debe enfocar, hacia quiénes va dirigido su mensaje y cómo manejarse interna y externamente. Permite detectar cuál es el público más importante para la compañía, para así atenderlo y saber qué busca.

Para BB's Creaciones se ha generado un mapa de públicos, el cual determina cuáles son los más importantes y a cuáles debe prestar atención para llevar un buen manejo de la compañía y un crecimiento estable.

Como **público interno** podemos hallar nada más uno, por ser una empresa pequeña de emprendimiento venezolano.

- 1) Trabajadores de BB's Creaciones: Costureras y personal de la tienda.

Al hablar del **público externo**, podemos encontrar varios grupos de personas y entes que influyen sobre la empresa. Este público externo será dividido de la siguiente manera;

- 1) Relacionados a compra y uso (*User and Shopper*)
 - Clientes actuales
 - Clientes potenciales (Mujeres entre 18 y 35 años interesadas en trajes de baño)
 - Audiencia general (pueden dar referencia, no están necesariamente comprendidas en nuestro target)
- 2) **Entes relacionados**
 - Entes gubernamentales: Leyes y medidas económicas
 - INDEPABIS: Instituto para la Defensa de las Personas en el Acceso a Bienes y Servicios.
- 3) **Entes comerciales:** Centros Comerciales y locales; son quienes venden mi producto o quienes pueden ser potenciales vendedores.
- 4) **Matriz de opinión:** Son quienes generan opiniones sobre el producto (periodistas, *fashion bloggers*, diseñadores, *influencers*)

Se puede determinar luego de analizar los distintos públicos (priorizados previamente según el orden que observamos), que BB's Creaciones debe enfocarse en el bienestar de sus trabajadores, ya que es el único público interior que posee y por lo tanto es el más valioso. Los trabajadores son representantes directos de la marca, deben comprender la misión, visión y valores de la empresa y deben conocer el negocio. Se le debe motivar al trabajador, así como también se debe comprender su condición humana, se debe ser flexible y humano.

Por otro lado, BB's Creaciones debe focalizar su atención, en primer lugar, hacia sus clientes. Debe comprenderlos y además complacerlos. En segundo lugar, se debe prestar atención a sus clientes potenciales; sus necesidades y sus gustos, para así poder ampliar su clientela. En tercer lugar, BB's Creaciones debe llevar un buen mensaje y una buena imagen, para que la audiencia general tenga una buena visión de la marca, para así poder recomendarla. Posterior a la clientela y a la audiencia, la marca debe llevar buenas relaciones con los entes gubernamentales que la regulan, las leyes y las medidas económicas del país. Debe regirse bajo ellas para subsistir como marca y apegarse a las leyes para seguir funcionando como empresa. Además, debe obedecer a los lineamientos del INDEPABIS, que defienden a las personas que acceden a los bienes y servicios.

Seguido a los entes relacionados, se deben mencionar los entes comerciales, donde se vende el producto y donde puede ser vendido en un futuro. Se debe llevar una buena relación con los dueños de los locales, así como también se debe cuidar la reputación de la marca y de la tienda, para así no tener problemas en el futuro y poder ampliar la gama de tiendas y locales a nivel nacional.

Por último, es importante la matriz de opinión. Estas personas generan (o pueden generar) información y opiniones sobre el producto y la marca, como por ejemplo otros diseñadores, *fashion bloggers*, *influencers* y periodistas. Se debe llevar a cabo un buen mensaje y una buena imagen de la marca, para que así se genere contenido positivo con respecto a ella, pudiendo atraer nueva clientela, generando el crecimiento de la marca.

Análisis:

El proyecto realizado permite dar distintas interpretaciones y análisis en cuanto a sus resultados.

En primer lugar, se hace un análisis en cuanto a cada pieza del concurso, para así visualizar el resultado que se obtuvo. Se realiza una división entre el número de piezas, y por otro lado, el número de *likes* que alcanzó; el número de

comentarios, número de *followers* ganados; y por último el porcentaje de aumento por encima del estándar. Se lleva a cabo una tabla para Instagram y otra para Facebook.

Número de pieza	Número de <i>Likes</i>	Número de comentarios	Número de <i>followers</i> ganados	Porcentaje de aumento
1	70	9	76	0%
2	79	10	72	0%
3	55	5	145	17%
4	81	9	29	29%
5	85	33	-	-
6	44	6	-	-
7	34	16	Total acumulado Reto 1: 201	Total acumulado Reto 1: 109%
8	40	43	-	-
9	36	13	-	-
10	34	7	Total acumulado Reto 2: 86	Total acumulado Reto 2: 144%
11	31	9	-	-

12	35	24	-	-
13	38	20	-	-
14	26	5	Total acumulado Reto 3: 60	Total acumulado Reto 3: 168%
15	52	19	25	178%
16	18	23	25	188%

Data levantada durante gestión de redes

Instagram:

Las primeras cuatro piezas pertenecen a la campaña de marca, la cual buscaba causar intriga en los seguidores. Podemos observar que con ella se logró obtener un total de 322 nuevos *followers*, superando la base de 250 seguidores mensuales con un agregado de 72. Esto se traduce a un aumento porcentual de 29% por encima de la base. Además, se observa una buena participación de los seguidores en estas piezas, colocando comentarios y *likes*; generando un buen *feedback* para la marca y la dinámica. Los seguidores de la marca demostraron interés y curiosidad en lo que la marca podría hacer.

Las piezas 5, 6 y 7 pertenecen al primer reto. En estas piezas se pautaron las reglas y requisitos esenciales que tenían que cumplir los concursantes para poder ingresar en la base de datos y así participar para ganar los premios. En estas tres piezas, se puede apreciar un aumento de 201 *followers*, traducido a un 109% por encima de la base. Se puede interpretar por medio de estos resultados, que el reto 1 causó el mayor aumento en *followers* durante toda la dinámica. Esto es dado a que estas piezas y este primer reto son el inicio del concurso, lo cual representa emoción, intriga, interés y ansias de triunfo por parte de los seguidores y/o participantes.

Muchos comentarios en estas tres piezas permitieron generar *feedback* y comprender las dudas y preguntas de los participantes. Además, permitieron dar a conocer el concurso, ya que muchas personas etiquetaban a sus amigos en los comentarios. Por otro lado, se observan las ganas y el interés de los mismos por concursar y ser los ganadores.

Luego del cierre del primer reto, se contabilizó la participación de 79 concursantes, los cuales deben ser analizados por medio de las pautas estipuladas al inicio del reto. Se colocaron 3 requisitos indispensables: 1. Colocar el *hashtag* #ganaconbbscreaciones. 2. Etiquetar a 3 amigas en la foto. Y 3. Mencionar a la marca.

De las 79 concursantes, todas colocaron el *hashtag* requerido, tan solo 45 etiquetaron a sus 3 amigas, y 62 etiquetaron a la marca.

Podemos observar, que un 57% realizó el reto como era debido. Solo ese porcentaje leyó las indicaciones a seguir del concurso.

Por otro lado, se puede determinar que el crecimiento de *followers* en esta etapa del concurso, fue dada por el uso del segundo requisito etiquetar a tres amigas. Esto generó la atención de otras personas en la marca y en el concurso, permitiendo un incremento en los seguidores de la marca y en participantes para el concurso, dada la iniciativa de quienes los mencionaron.

En el reto 2 se publicaron tres piezas (8, 9 y 10), las cuales establecieron las normas que debían seguir y cumplir para participar en el segundo reto y así continuar activos en la competencia. Se puede apreciar un aumento de 86 *followers* tras estas tres piezas, lo cual indica un aumento porcentual de 144% por encima de la base. En este caso, el aumento de *followers* fue menor al obtenido en el reto 1 y en la campaña de intriga. Se interpreta que esto sucede, ya que al encontrarnos a la mitad de la dinámica, el incremento de nuevos seguidores disminuye dado a que el mensaje de la marca y de las piezas evoluciona del concepto de seguidores, al de participantes. Hay un foco en incentivar a los concursantes del reto 1 a continuar con la dinámica, y así tener la posibilidad de ser el ganador.

Nuevamente, por medio de los comentarios y *likes* se comprueba que los usuarios que siguen a la marca BB's Creaciones, siguen interesados en participar en el concurso; expresan sus dudas y sentimientos con respecto a esta nuevo reto, generando *feedback* para la marca y para la dinámica.

Tras el cierre del segundo reto, se contabilizó una participación de 71 concursantes, los cuales deben ser analizados, por medio de las pautas estipuladas al inicio del reto.

Se colocaron 2 requisitos indispensables: 1. Colocar el *hashtag* #ganaconbbscreaciones. y 2. Mencionar a la marca.

De las 71 participantes que decidieron continuar el concurso, todas colocaron el *hashtag* requerido, tan solo 45 etiquetaron a la marca. Podemos observar, que un 63% realizó el reto como era debido. Solo ese porcentaje, leyó las indicaciones a seguir del concurso.

Para el reto tres, se llevaron a cabo las piezas 10, 11, 12, 13 y 14, en las cuales se dieron a conocer los requisitos que debían cumplir los participantes del reto a realizar. Se observa un aumento de 60 nuevos seguidores para la marca, lo cual representa un aumento de 168% sobre la base.

Nuevamente, se observa como el aumento de seguidores no fue tan grande como en la campaña de intriga y en el reto 1, esto demuestra estabilidad en el crecimiento de los *followers*.

En esta etapa, se generó una pieza de refuerzo que tenía como fin el incentivo de los participantes a seguir activos en el concurso. Además, se recordó a los demás seguidores de la marca que aún tenían la oportunidad de participar en el concurso siempre y cuando realizaran los retos anteriores pertinentes. Esto se debió a la disminución de participantes activos en el concurso, ya que muchos de ellos al finalizar el reto 1 no continuaron con su participación, alejándolos de la oportunidad de ganar.

Los *likes* y comentarios muestran e interés de los seguidores, como también las dudas con respecto a este reto y a los previos. Se genera nuevamente *feedback* útil para la marca y la dinámica.

Al analizar, como iba la participación del tercer reto, se observó que muchas de las concursantes sólo habían realizado hasta el segundo reto. Debido a ese índice, se tomó la iniciativa, de contactar directamente a las participantes que faltaban por realizar retos, para que no se desanimaran, y continuaran concursando y regando la voz del concurso que patrocina BB's Creaciones.

El *feedback* que se obtuvo luego del contacto directo con las participantes, fue positivo, la mayoría de ellas estuvieron agradecidas por el seguimiento personalizado, y continuaron participando en el concurso.

Tras el cierre del tercer reto, se contabilizó una participación de 63 concursantes, los cuales deben ser analizados, por medio de las pautas estipuladas al inicio del reto.

Se colocaron 2 requisitos indispensables: 1. Colocar el *hashtag* #ganaconbbscreaciones. y 2. Mencionar a la marca.

De las 63 participantes, que decidieron continuar el concurso, todas colocaron el *hashtag* requerido, tan solo 42 etiquetaron a la marca. Podemos observar, que un 66% realizó el reto como era debido. Solo ese porcentaje, leyó las indicaciones a seguir del concurso.

Luego de finalizar los tres retos, se decidió crear más intriga entre las participantes, colocando en las redes sociales una pieza que próximamente anunciaría a las ganadoras.

Tras publicar la décimo sexta pieza referente al anuncio de las ganadoras, se obtuvo un retorno de 25 *followers* nuevos en Instagram, traducido a un incremento porcentual acumulado de 178%.

La última pieza que se colocó en las redes sociales referente a la dinámica que realizó la marca BB's Creaciones se enfocó en dar a conocer las ganadoras del

concurso. Tras publicar la decimoséptima pieza, que fue el anuncio de las ganadoras, se obtuvo un retorno de 25 *followers* nuevos, del cual el incremento porcentual acumulado al final del concurso fue de un 188%.

Número de pieza	Número de <i>Likes</i>	Número de comentarios	Número de <i>followers</i> ganados	Porcentaje de aumento
1	10	1	19	0%
2	10	1	21	0%
3	7	0	16	12%
4	15	0	5	22%
5	4	0	-	-
6	3	0	-	-
7	13	1	Total acumulado Reto 1: 19	Total acumulado Reto 1: 60%
8	4	0	-	-
9	2	0	-	-
10	2	0	Total acumulado Reto 2: 24	Total acumulado Reto 2: 108%
11	5	0	-	-

12	3	0	-	-
13	1	0	-	-
14	3	0	Total acumulado Reto 3: 22	Total acumulado Reto 3: 152%
15	7	0	11	174%
16	1	0	9	192%

Data levantada durante gestión de redes

Facebook:

Al igual que en Instagram, se comenzó con la campaña de marca la cual crea intriga entre los usuarios de Facebook, que son amigos de BB's Creaciones. Se logró obtener en esta campaña un aumento de 61 amigos en la red, traduciéndose a un aumento de 22% por encima de la base. En la tercera pieza se logró superar la base de 50 amigos, con un agregado de 6. Se observó muy poco *feedback* por parte de los seguidores a lo largo de la campaña.

Al realizar el primer reto, con sus tres piezas, se generó un aumento de 19 nuevos amigos, lo cual representa un aumento porcentual de 60%. Lamentablemente, nadie participó en el primer reto, y tampoco se generó mucho *feedback* en cuanto a comentarios y *likes* en las piezas.

Para el segundo reto, se observó un crecimiento de 24 nuevos amigos, demostrando un crecimiento acumulado de 108% por encima de la base. Nuevamente, nadie participó en el segundo reto y tampoco se observó una interacción de los seguidores hacia la marca.

Las piezas 11, 12, 13 y 14 pertenecieron al tercer reto, generando un incremento de 22 nuevos amigos, traducido a un aumento acumulado de 152%. En este reto, tampoco se observó la participación de los usuarios de Facebook.

Por último, se realizaron las dos piezas de cierre de concurso, en las cuales se generó intriga sobre quiénes serían las ganadoras y posteriormente la pieza que revelaría a las ganadoras. Con estas piezas se logró un aumento de 20 amigos, equivalente a un crecimiento porcentual acumulado de 192%.

En base a estos resultados se puede observar que la dinámica realizada en Facebook, por la marca BB's Creaciones no tuvo el mismo impacto que en la red social Instagram; trajo menos beneficios a la marca. A pesar del esfuerzo realizado, la dinámica no fue suficientemente atractiva para los usuarios de esta red, por lo cual no se vieron incentivados a participar en el concurso. Es importante mencionar que se hizo un trabajo de reactivación para dicha red social, la cual no tenía actividad desde el 2014. Al tener un aumento de 146 nuevos amigos, se considera un logro el uso de esta estrategia.

La dinámica empleada por la marca BB's Creaciones en ambas redes sociales, trajo diferentes resultados. Por un lado, se observó un gran incremento en cuanto a los seguidores en ambas, pero no trajo los mismos resultados en cuanto a participación. De esto, se puede concluir, que la dinámica va más acorde con el perfil de usuario de Instagram, que el de Facebook. Se debe realizar por lo tanto, una dinámica más precisa para la red social Facebook.

A continuación se analizarán detalladamente los resultados de la dinámica realizada para BB's Creaciones.

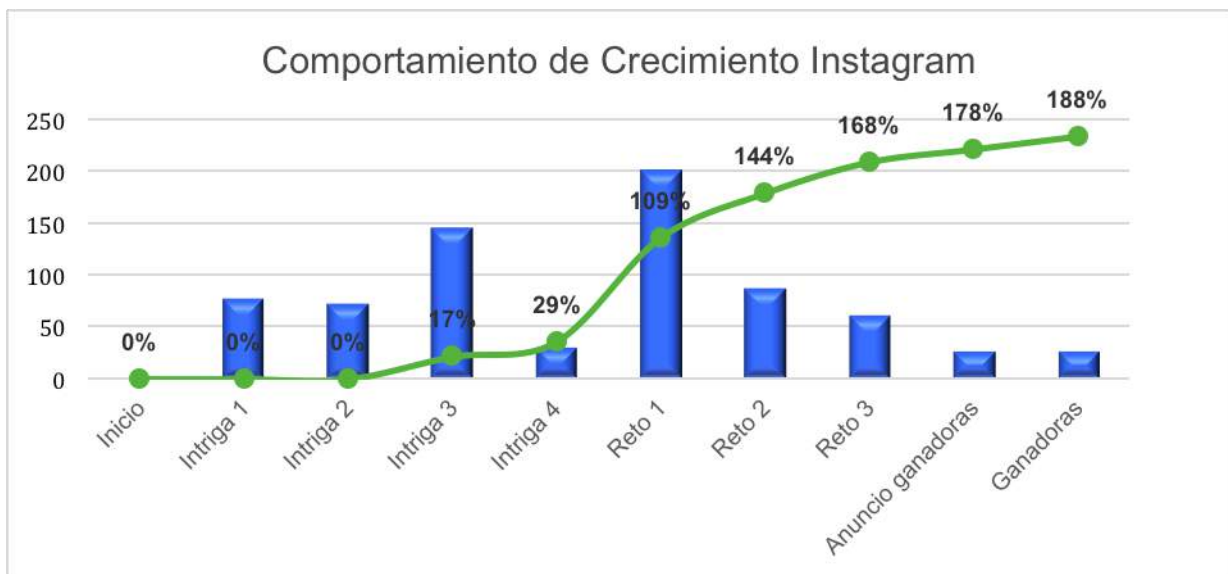
Los resultados de aumento de seguidores en Instagram, se verán reflejados en la siguiente tabla:

Instagram			
	Número Total de Seguidores	Aumento de Seguidores	Porcentaje de aumento
Seguidores antes de dinámica	48851	0	0%
Seguidores primera pieza de intriga	48927	76	0%
Seguidores segunda pieza de intriga	48999	72	0%
Seguidores tercera pieza de intriga	49144	145	17%
Seguidores cuarta pieza de intriga	49173	29	29%
Seguidores Reto 1	49374	201	109%
Seguidores Reto 2	49460	86	144%
Seguidores Reto 3	49520	60	168%
Seguidores Intriga a Ganadores	49545	25	178%
Seguidores Ganadores	49570	25	188%

Total Aumento Seguidores	719
---------------------------------	------------

Data levantada durante gestión de redes

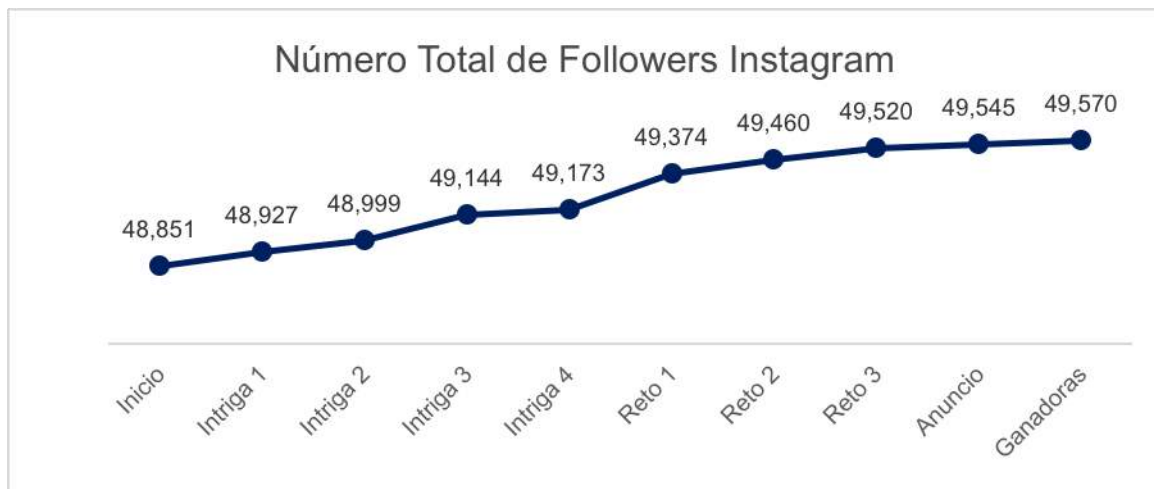
En esta tabla se observa el incremento porcentual partiendo del estándar mensual de 250 seguidores. Este porcentaje es calculado según el aumento de *followers* dado por pieza. Se puede observar, que en la tercera imagen de intriga se logró superar el estándar de 250 seguidores, con un agregado de 43. A partir de estas cifras, se ve el aumento progresivo y exponencial hasta el cierre de la dinámica.



Data levantada durante gestión de redes

En esta gráfica se representa el aumento porcentual de *followers* en la red social Instagram. Con las barras se observa el aumento numérico de seguidores luego de cada etapa; y con la línea se puede notar el crecimiento porcentual y exponencial de *followers* desde el inicio hasta el cierre de la dinámica. Al observar la tabla, se deduce un incremento importante al finalizar el reto 1, el cual es de 201 nuevos seguidores, comprendiendo un crecimiento porcentual acumulado de 109%. Esto se debe a que el requisito para poder participar en el concurso, era seguir a la marca en Instagram.

A continuación se demostrará el número total de seguidores que se adquirieron en la red social Instagram.



Data levantada durante gestión de redes

La línea demuestra el número de seguidores con los que contaba BB's Creaciones, antes de realizar el concurso. Se comenzó con 48.851 *followers* en la red social, los cuales, luego del lanzamiento de la etapa de campaña de marca, aumentaron a 49.173; siendo un total de 322 nuevos seguidores para esta fase. Posteriormente, en el transcurso de los retos, se pudo observar un crecimiento considerable de 347 *followers*, traduciéndose al momento de mayor incremento de seguidores en la dinámica. Para este momento, se cuenta con un total de 49.520 *followers*. Al concluir la dinámica, se contó con un aumento de 50 nuevos seguidores, cerrando el número total de *followers* ganados en 49.570.

El incremento total de usuarios nuevos para la marca BB's Creaciones, en la dinámica realizada en su red social Instagram, fue de 719 seguidores, en menos de un mes, superando su objetivo de 375 *followers* (estándar + el 50%) con un adherido de 344 clientes potenciales.

Los resultados de los aumentos de seguidores en Facebook, se verán reflejados en la siguiente tabla:

Facebook			
	Número Total de Seguidores	Aumento de Seguidores	Porcentaje de aumento
Seguidores antes de dinámica	1741	0	0%
Seguidores primera pieza de intriga	1772	19	0%
Seguidores segunda pieza de intriga	1793	21	0%
Seguidores tercera pieza de intriga	1809	16	12%
Seguidores cuarta pieza de intriga	1812	5	22%
Seguidores Reto 1	1831	19	60%
Seguidores Reto 2	1855	24	108%
Seguidores Reto 3	1877	22	152%
Seguidores Intriga a Ganadores	1888	11	174%
Seguidores Ganadores	1897	9	192%

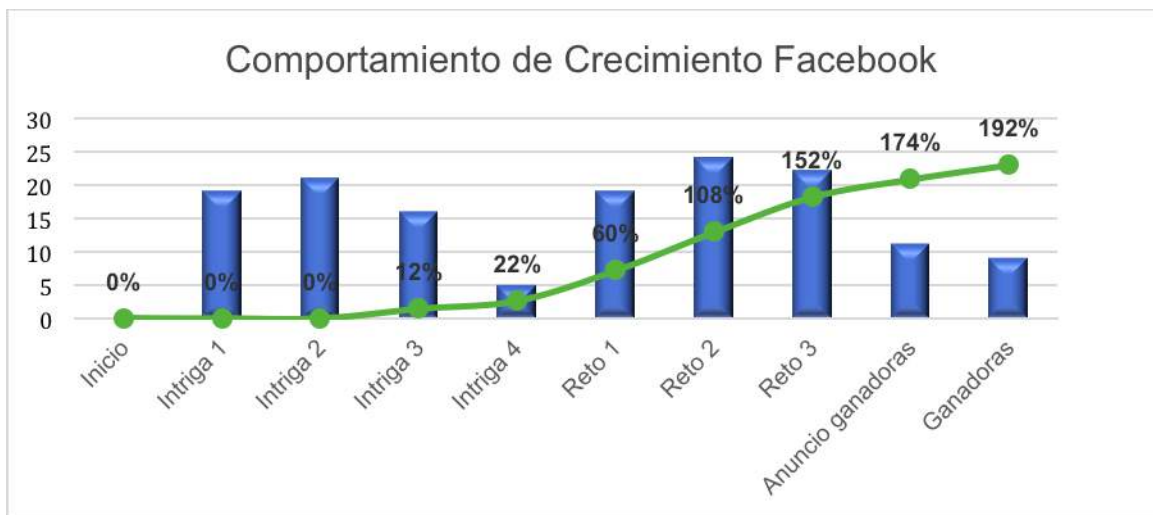
Total Aumento Seguidores	146
---------------------------------	------------

Data levantada durante gestión de redes

En la tabla representada anteriormente se estudia el incremento de nuevos amigos adquiridos por medio de la red social Facebook. La marca BB's Creaciones estipuló un aumento base de 50 usuarios; El objetivo que se trazó al principio de la dinámica fue de lograr un incremento de 75 simpatizantes nuevos para la marca.

El primer crecimiento significativo que se observa en el concurso es luego de la tercera pieza de intriga, que se supera el objetivo estándar trazado con 56 nuevos seguidores a la marca, representados en un 12% sobre la base. De esa manera continúa el crecimiento periódico de nuevos amigos.

A continuación se demostrará una gráfica representativa del crecimiento numérico y porcentual de nuevos simpatizantes de la marca BB's Creaciones en la red social Facebook.



Data levantada durante gestión de redes

En esta gráfica se representa el aumento porcentual de nuevos amigos en la red social Facebook. Con las barras se observa el aumento numérico de seguidores luego de cada etapa; y con la línea se puede notar el crecimiento

porcentual y exponencial de simpatizantes desde el inicio hasta la finalización del concurso.

Al observar la tabla, se puede apreciar que el incremento no desvaría en cuanto cifras significativas. La única baja que se observa es luego de la cuarta pieza de intriga, que cierra la primera fase de la dinámica, en el cuál nada más se puede apreciar un crecimiento de 5 amigos en la red social, eso representa un 22% de acumulado sobre el estándar.

El mayor aumento contabilizado en el concurso realizado por la marca BB's Creaciones fue al finalizar el reto 2; donde se registró un incremento de 24 simpatizantes nuevos, equivalentes al 108%, por encima de la base.

A continuación se demostrará el número total de amigos que se adquirieron en la red social Facebook.



Data levantada durante gestión de redes

La línea demuestra el número de amigos en Facebook que tenía BB's Creaciones antes de realizar el concurso. Se inició con 1.741 simpatizantes de la marca, los cuales, luego de la primera etapa de campaña de marca del concurso aumentaron a 1.812; incrementando a 61 nuevos amigos para esta fase.

Con el transcurso de los retos, se observó un crecimiento de 65 nuevos simpatizantes, traduciéndose al momento de mayor incremento de usuarios en

la red social. Para este momento, se cuenta con un total de 1.877 nuevos amigos. Al concluir la dinámica, se contó con una adhesión de 20 simpatizantes, cerrando el número total de amigos ganados en 1.897.

El incremento total de usuarios nuevos para la marca BB's Creaciones, en la dinámica realizada en su red social Facebook, fue de 146 nuevos amigos, superando su objetivo de 75 simpatizantes a la marca (estándar + el 50%) con un adherido de 71 clientes potenciales.

Luego de realizar el concurso para la marca de BB's Creaciones tomando en cuenta los resultados obtenidos, se puede determinar que la dinámica realizada fue un éxito en base a los objetivos establecidos en un principio.

Se puede concluir que la dinámica fue más apta para la red social Instagram que para Facebook, aunque esto no alteró el objetivo inicial del aumento de seguidores, lo cual se traducirá en clientes potenciales para la marca.

Siguiendo la premisa inicial de este proyecto final de carrera, es defendible la teoría de que la utilización de la plataforma web 2.0 en relación precio valor, es productiva y eficiente en cuanto a atraer clientes potenciales para una marca determinada, con un beneficio adicional que implica la poca inversión y capital de acción para la productividad de la misma; En el caso de BB's Creaciones, tuvo un retorno de inversión de 719 nuevos *followers* en Instagram y 146 nuevos amigos en Facebook, representados en un 188% y un 192% respectivamente sobre sus bases de aumento regular.

Es necesario dedicar gran parte de la atención a distintos aspectos, que tras la elaboración del proyecto final de carrera, fueron considerados de suma importancia, esto dado a la posibilidad de que a futuro, una próxima empresa desee realizar una dinámica de mercadeo llevada a cabo mediante un "concurso", con el fin de promocionar un producto o incrementar la cantidad de seguidores y clientes potenciales para la marca.

A continuación, se presentarán una serie de recomendaciones que podrán servir como marco de referencia y guía para futuras empresas que deseen emplear una dinámica de mercadeo promocional, así como también podrán ser útiles para futuros profesionales que deseen desarrollar un proyecto similar al llevado a cabo para BB's Creaciones.

- Mantener una metodología sencilla y de fácil ejecución: Cuando se realizan concursos que resultan ser muy complicados para los participantes, o que los retos a llevar a cabo ameritan de un esfuerzo muy grande, las personas no se motivan a concursar y pierden la iniciativa, porque en vez de visualizar al concurso como una oportunidad divertida para obtener algún beneficio, lo toman como una complicación y esto los desmotiva y les hace perder la emoción.

- Conocer mejor el target al cual se dedica la marca y/o el concurso (cualquiera sea la red social en la cual se enfoquen): Esto permitirá desarrollar más eficazmente la estrategia correspondiente a emplear y el tipo de concurso que sea más apto en base a la necesidad, gustos y actividades de los usuarios. De esta forma se obtendrán mayores y mejores resultados por medio del concurso.

- Hacer partícipe a otras personas: A la hora de realizar un concurso que se lleva a cabo por redes sociales, etiquetar a otras personas es un factor sumamente importante para generar un incremento en los seguidores y/o futuros clientes potenciales, e incluso en el conocimiento de la dinámica dado el fenómeno del “boca a boca”. Ej.: El tener como uno de los requisitos el etiquetar a amistades en las fotos publicadas; el lograr obtener una mayor cantidad de *likes* en las publicaciones, entre otros.

- Estructurar una base de datos donde se almacene organizadamente la información referente a cada concursante, y de esa forma se pueda corroborar datos que permitan la identificación, veracidad y correspondencia de datos sobre cada usuario participante. Ej.: Nombre completo de los concursantes, cédula de identidad, ciudad donde habita, correo electrónico, entre otros.

- Establecer y nombrar a las personas que conformarán el jurado votante a la hora de la elección de los ganadores del concurso. Este hecho permitirá disminuir las dudas entre los participantes a la hora de la elección de los ganadores, así como crear una relación de confianza, tranquilidad y transparencia entre los usuarios y la marca.

- Se debe establecer un contacto directo con los participantes de la dinámica a la mitad de la realización de la misma, esto para incentivar con tiempo suficiente a que el concursante pueda ser partícipe de la actividad.

- Forma de alcance al cliente. Es necesario preestablecer acuerdos entre la empresa y quien lleve a cabo la dinámica de mercadeo, para así poder desarrollar un canal exitoso de comunicación entre ellos y también con los usuarios y/o clientes.

- Tomar decisiones estratégicas de interacción con los usuarios, como por Ej.: Si al finalizar el concurso los usuarios y/o participantes no están de acuerdo con los ganadores y realizan reclamos o comentarios negativos por las redes sociales, tener clara cual será la postura a tomar en cuanto a esto y como actuar al respecto.

- Cómo aprender de esto para futuros eventos:

Si en un futuro cercano, sea por parte de BB's Creaciones, o por otras marcas que deseen llevar a cabo una dinámica de mercadeo mediante la utilización de un concurso, es necesario tomar en cuenta los pro y los contras ya vividos anteriormente para así poder corregir errores pasados o de la misma forma utilizar herramientas que resultaron beneficiosas y exitosas para la empresa.

Bibliografía

- Ala Rota. (2015). *Ala Rota*. Retrieved 02 26, 2016, from www.alarota.com: www.alarota.com
- ARS, D. R. (2015). *Tarifario 2015. Tarifas Vigentes Agosto 2015*. ARS , Departamento de Medios. Caracas: ARS .
- Banco Central de Venezuela. (2016, 02 18). *Banco Central de Venezuela*. Retrieved 02 28, 2016, from bcv.org.ve: <http://www.bcv.org.ve>
- BB's Creaciones. (2013). *BB's Creaciones*. Retrieved 02 26, 2016, from www.instagram.com: www.instagram.com/bbs_creaciones/
- El Nacional Web. (2016, 01 17). *El Nacional Web*. Retrieved 01 30, 2016, from el-nacional.com: http://www.el-nacional.com/economia/FMI-Inflacion-Venezuela_0_776922332.html
- Definicion.de. (2008). *Definición De*. Retrieved 10 01, 2015, from [Definición De](http://definicion.de): <http://definicion.de/web-2-0/>
- Hera . (2014). *Hera Oficial*. Retrieved 02 26, 2016, from www.instagram.com: www.instagram.com/heraoficial/
- Lunhoa. (2011). *Lunhoa Swimsuit*. Retrieved 02 26, 2016, from www.instagram.com: www.instagram.com/lunhoa/
- La Mega. (2015). *Tarifas Mega 2015 - Vigente - Julio Diciembre*. Caracas: La Mega.
- Mejías, M. (2014, Agosto 19). *¡70mil comerciales menos! Cae publicidad en televisión e impresos*. Retrieved Octubre 01, 2015, from [El Venezolano](http://elvenezolanonews.com): <http://elvenezolanonews.com/70mil-comerciales-menos-cae-publicidad-en-television-e-impresos/>

Anexos

Anexo 1

EL Ruido

Nacional
3:00 pm – 5:00 pm

Noticias musicales, invitados de lujo, informaciones, estrenos, nuevos artistas, clásicos, temas en vivo, clásicos, soundtracks, covers, mashups... en fin... Lo mejor y lo más relevante de la música del mundo. ¡Eso es **EL Ruido!**

Programa Nacional
Lunes a viernes 2 x 30" + PYD

Costo bruto mensual

Bs. 293.000

Tarifa Vigente - Julio 2015
No incluye costo de locución

EL RUIDO

LA MEGA.

DONDE SEA

www.lamegaestacion.com

• MANUEL REDONDO •

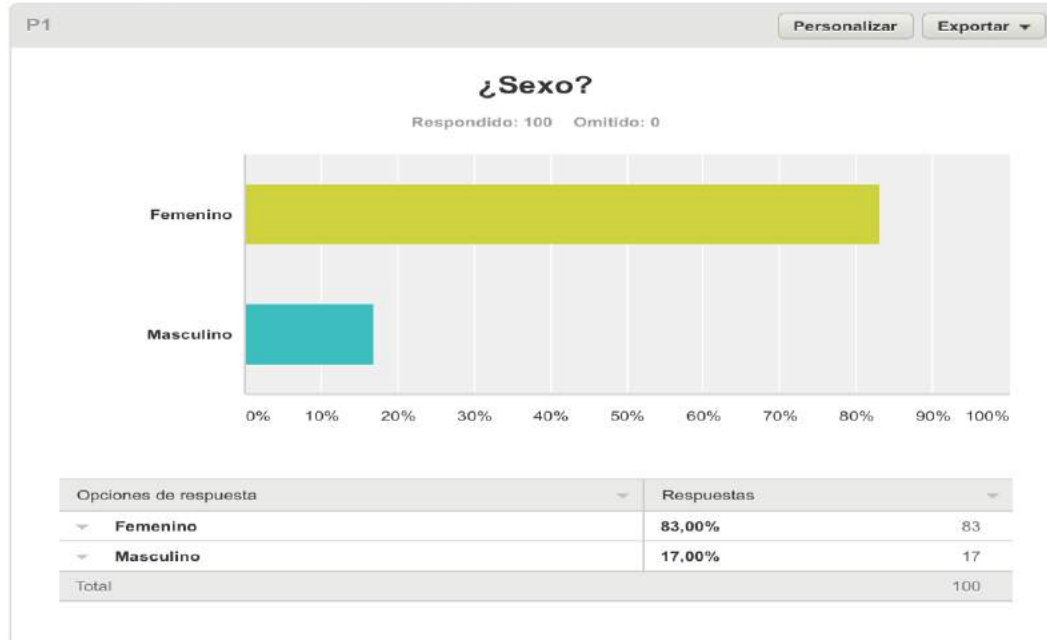
 **ABCD**
18 - 35  Emisoras a Nivel Nacional

Gran Caracas 107.3 FM | Valencia 95.7 FM | Maracaibo 99.7 FM | Maracay 96.5 FM |
Puerto La Cruz 100.9 FM | Barquisimeto 103.3 FM | Puerto Ordaz 88.9 | Margarita 91.9 FM |
San Cristóbal 102.1 FM | Marurín 90.9 FM | Coro 99.5 FM | Mérida 89.3 FM / 91.9 FM

Anexo 2

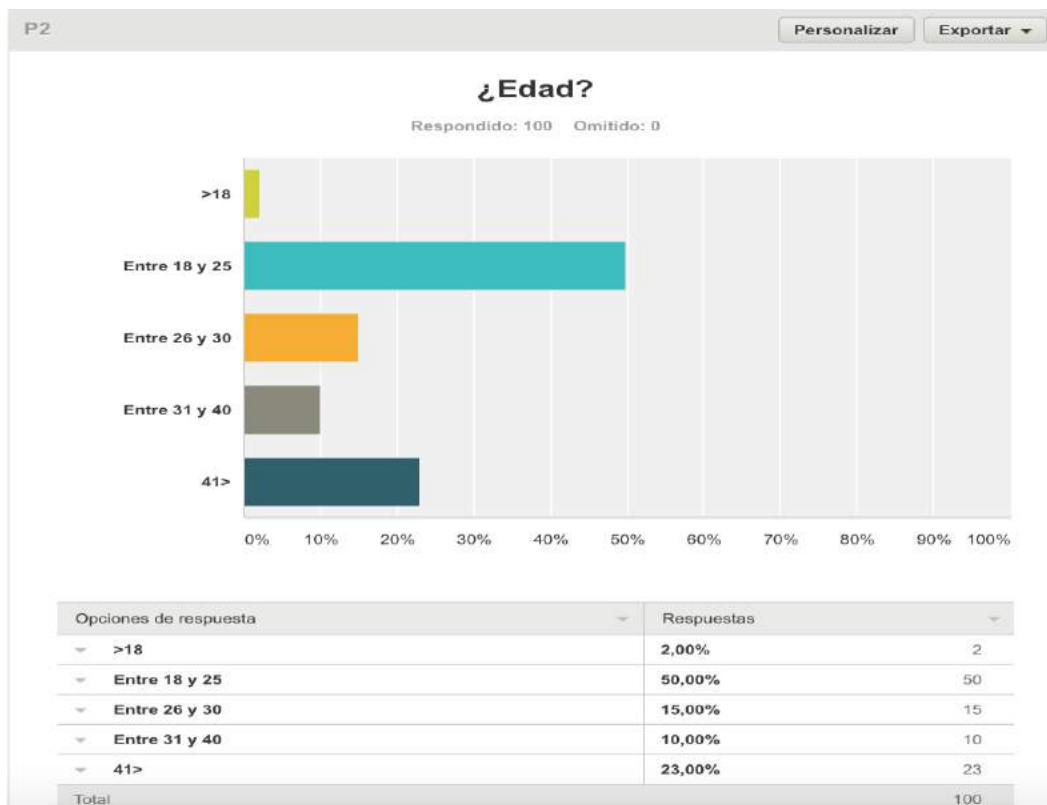
Género de los encuestados

PÁGINA 1: Tesis V Año Universidad Monteávila



Anexo 3

Edad de los encuestados

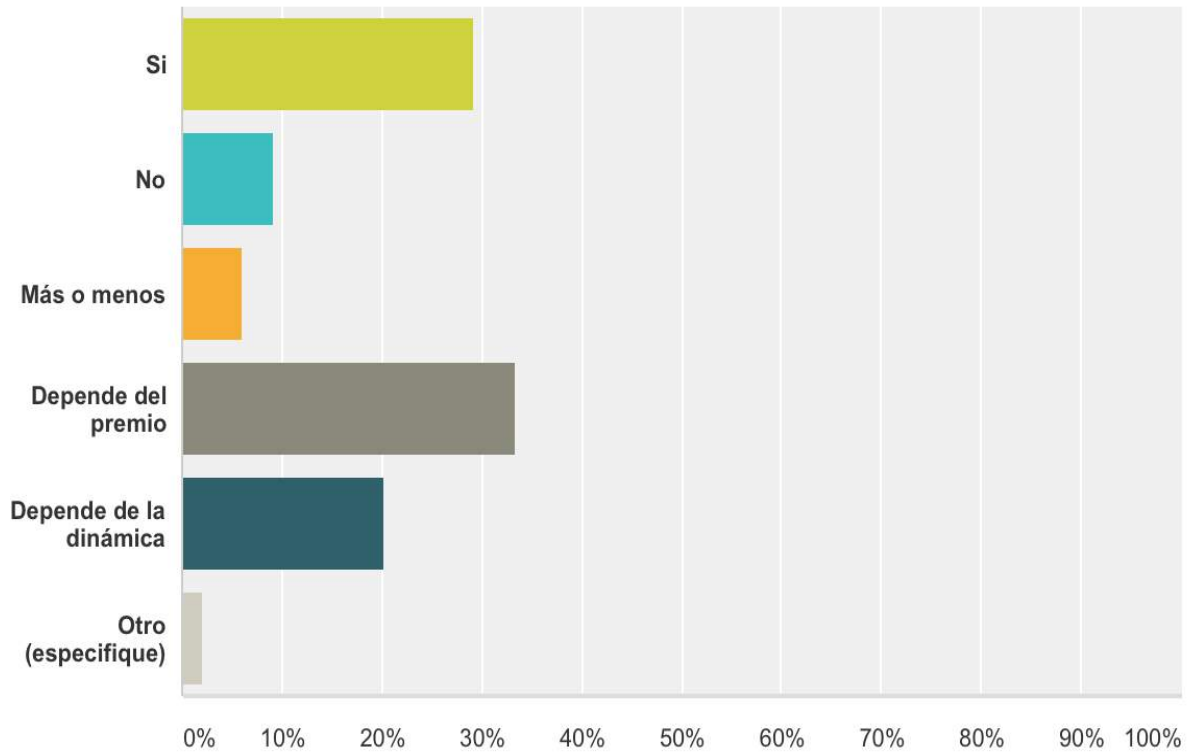


Anexo 4

Disposición de participación

¿Te gustaría participar en un concurso de Instagram o Facebook?

Respondido: 99 Omitido: 1



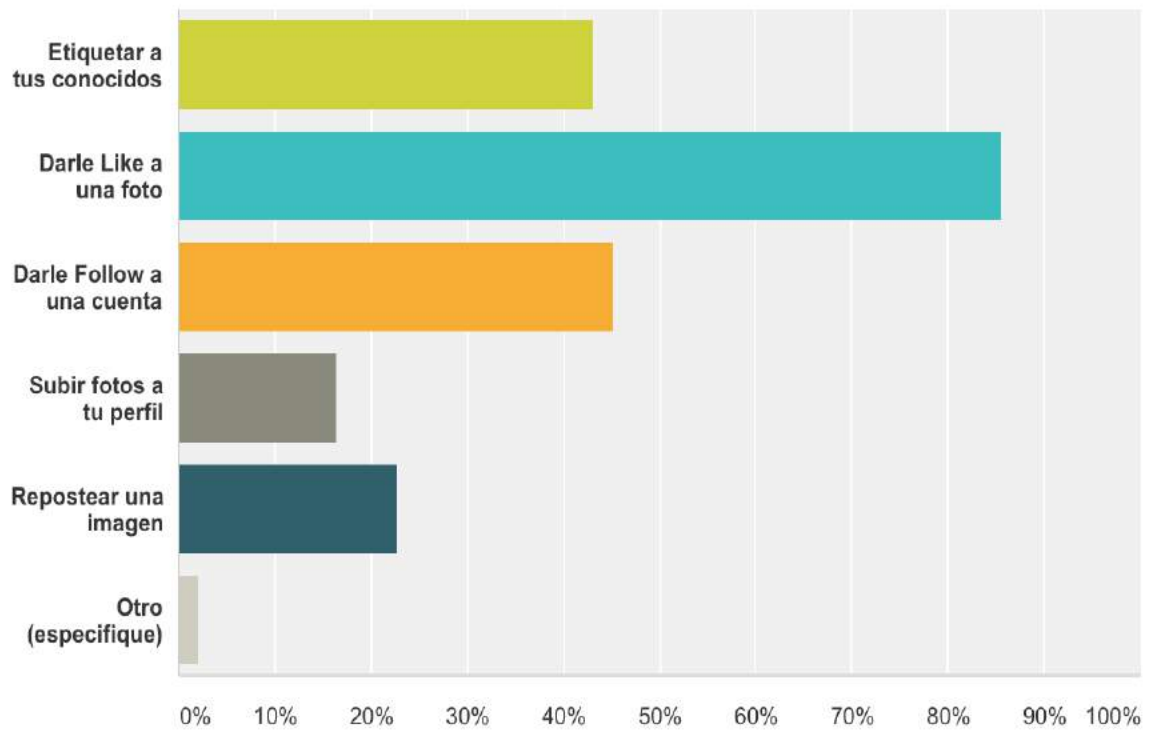
Opciones de respuesta	Respuestas
Si	29,29% 29
No	9,09% 9
Más o menos	6,06% 6
Depende del premio	33,33% 33
Depende de la dinámica	20,20% 20
Otro (especifique)	2,02% 2
Total	99

Anexo 5

Disposición de acciones a realizar

¿Qué estarías dispuesto a hacer para ganar el primer premio?

Respondido: 97 Omitido: 3



Opciones de respuesta	Respuestas
Etiquetar a tus conocidos	43,30% 42
Darle Like a una foto	85,57% 83
Darle Follow a una cuenta	45,36% 44
Subir fotos a tu perfil	16,49% 16
Repostear una imagen	22,68% 22
Otro (especifique)	2,06% 2

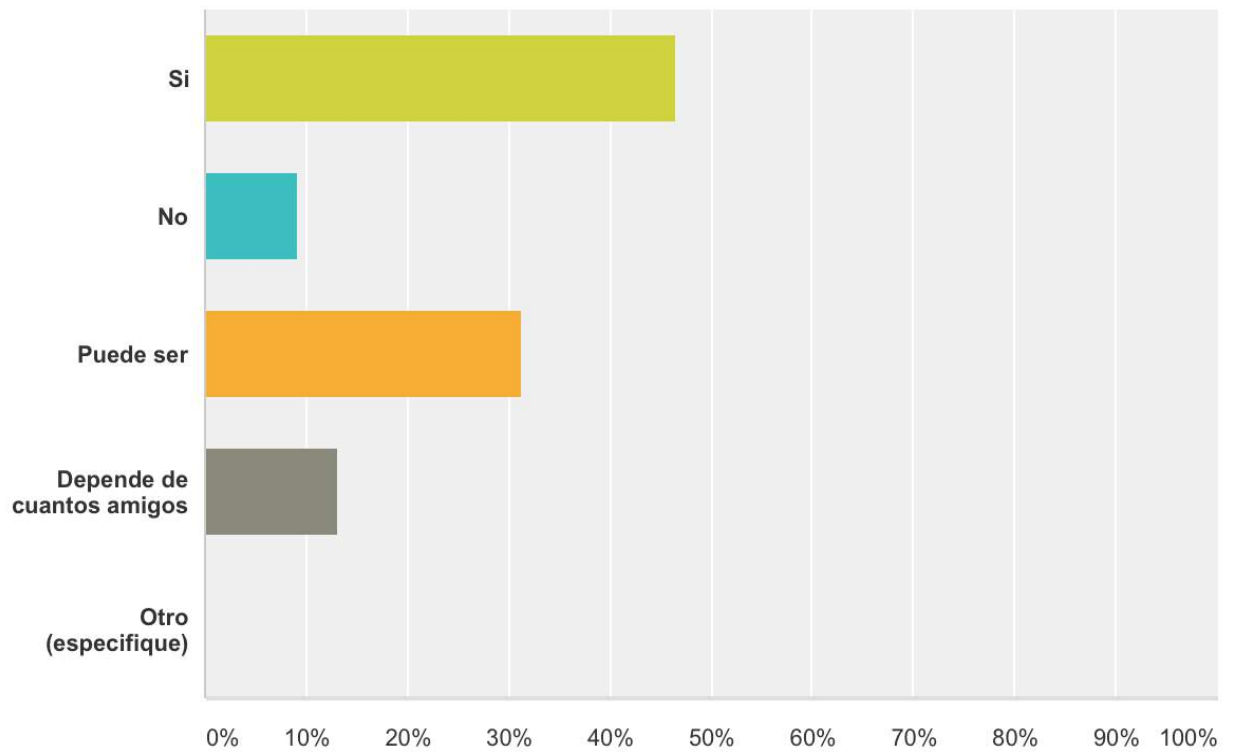
Total de encuestados: 97

Anexo 6

Disposición de involucrar amistades

¿Involucrarías a tus amigos para ganar el concurso?

Respondido: 99 Omitido: 1



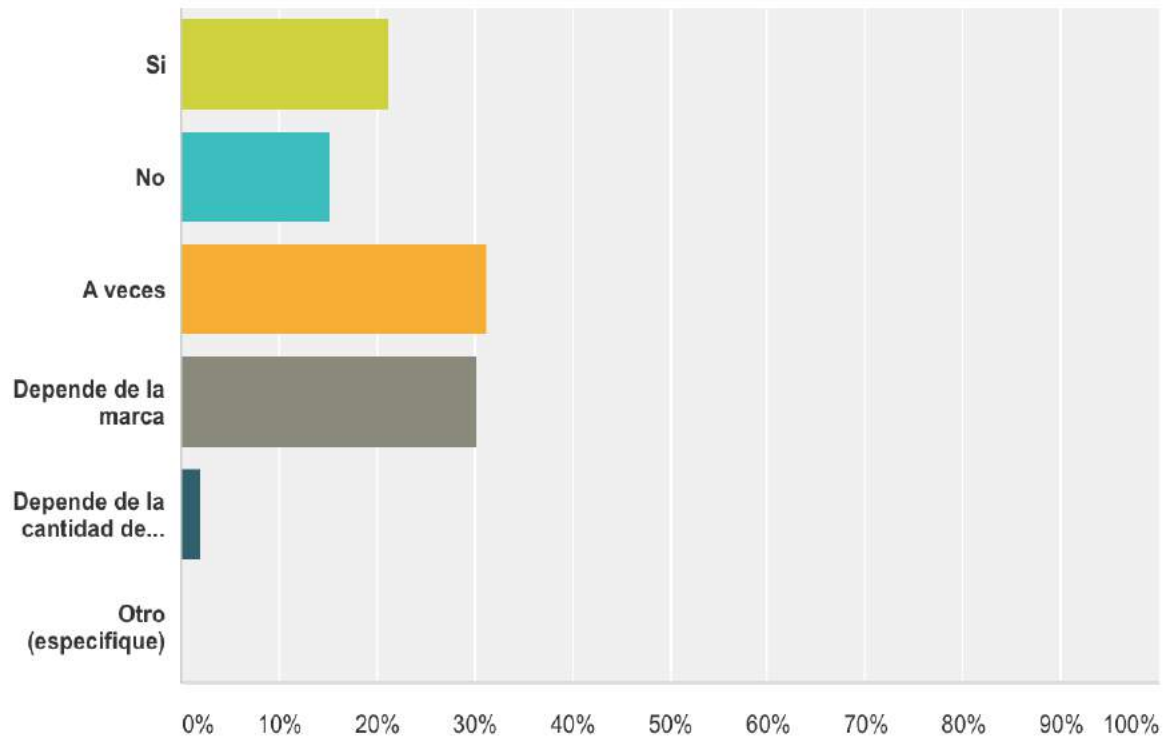
Opciones de respuesta	Respuestas
Si	46,46% 46
No	9,09% 9
Puede ser	31,31% 31
Depende de cuantos amigos	13,13% 13
Otro (especifique)	0,00% 0
Total	99

Anexo 7

Confiabilidad en concursos de redes sociales

¿Confías en los concursos ofrecidos por medio de las redes sociales?

Respondido: 99 Omitido: 1



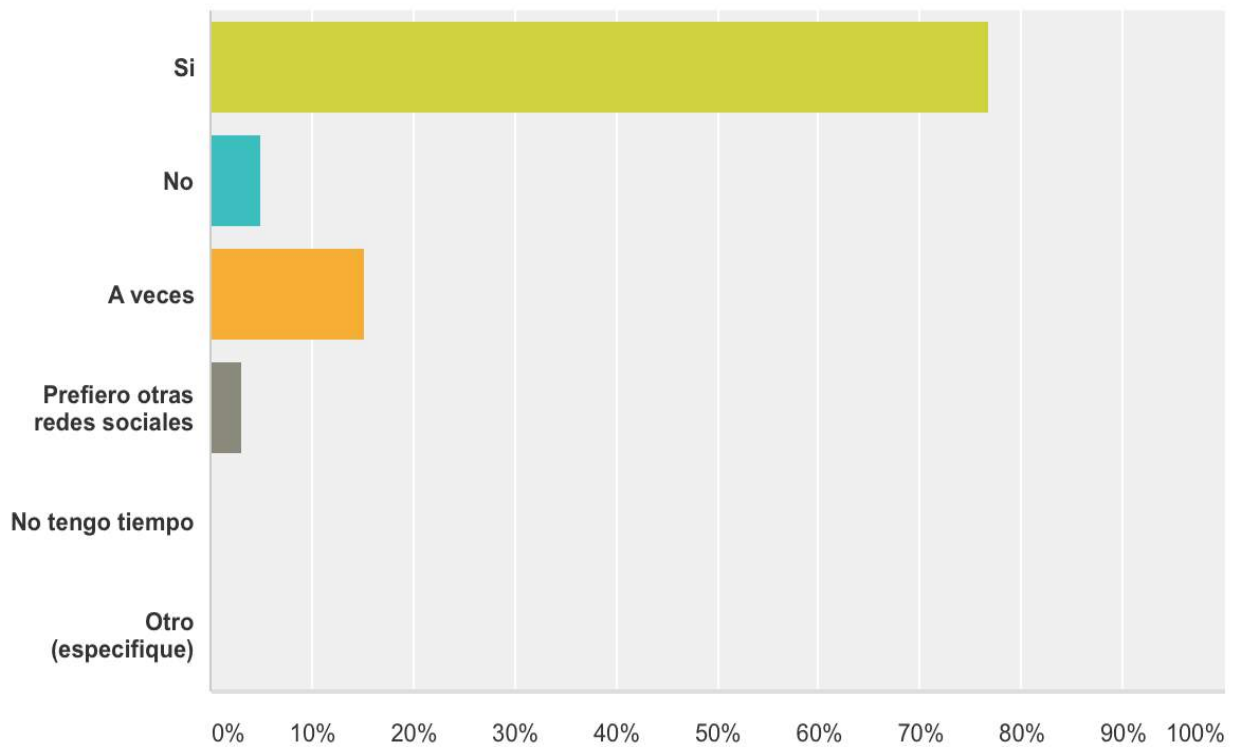
Opciones de respuesta	Respuestas
Si	21,21% 21
No	15,15% 15
A veces	31,31% 31
Depende de la marca	30,30% 30
Depende de la cantidad de seguidores de la marca	2,02% 2
Otro (especifique)	0,00% 0
Total	99

Anexo 8

Uso de Instagram

¿Usas frecuentemente Instagram?

Respondido: 99 Omitido: 1



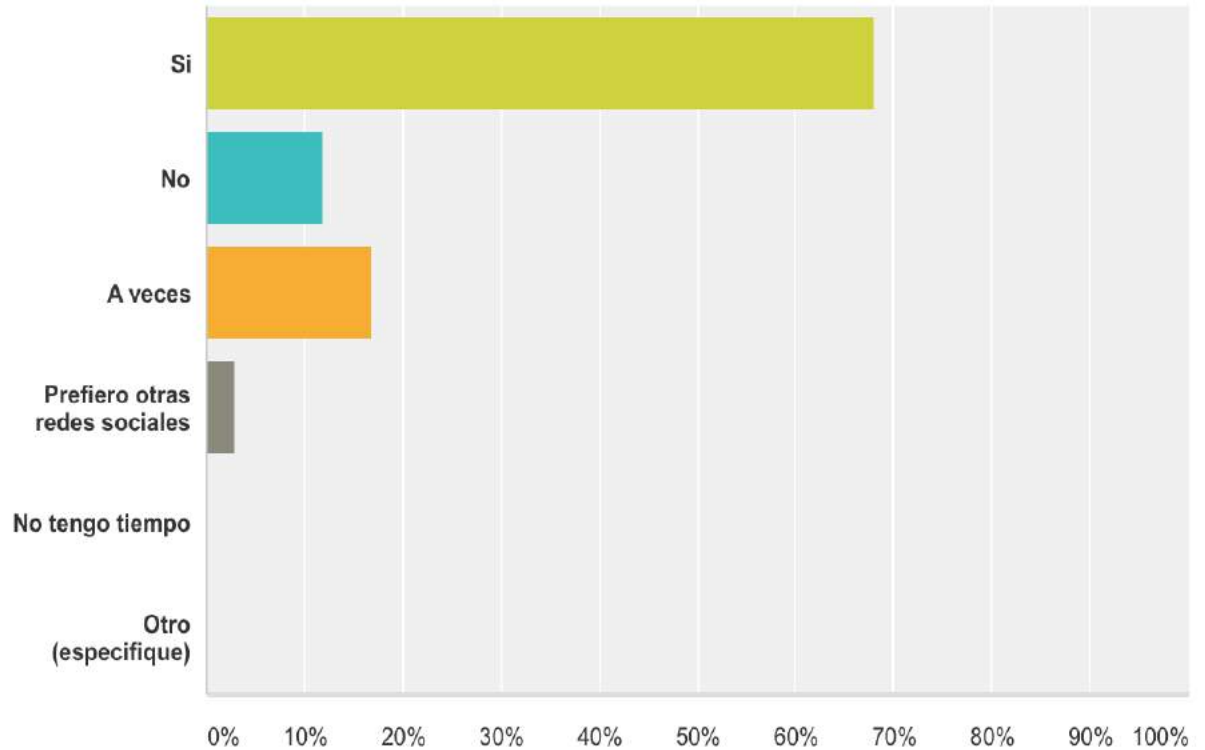
Opciones de respuesta	Respuestas
Si	76,77% 76
No	5,05% 5
A veces	15,15% 15
Prefiero otras redes sociales	3,03% 3
No tengo tiempo	0,00% 0
Otro (especifique)	0,00% 0
Total	99

Anexo 9

Uso de Facebook

¿Usas frecuentemente Facebook?

Respondido: 100 Omitido: 0



Opciones de respuesta	Respuestas
Si	68,00% 68
No	12,00% 12
A veces	17,00% 17
Prefiero otras redes sociales	3,00% 3
No tengo tiempo	0,00% 0
Otro (especifique)	0,00% 0
Total	100

Anexo 10 y 11

Impresión de pantalla BB's Creaciones Instagram y Facebook



Anexo 12

Logo BB's Creaciones



Anexo 13

Base de datos de concursantes Reto 1

Primer Reto Concursantes										
	Username	Nombre	Apellido	Hashtag	Tags Amigos	Mención	Sigue el concepto del concurso	Concursa	Puntuación x/10	Observaciones
1	A_A_P_R	Alejandra	Rosales	SI	NO	NO	SI	SI	4	
2	ALEROMEROR	Alejandra	Romero	SI	NO	SI	SI	SI	8	
3	ALEXANDRABRAUNW_FC	Alexandra	Braun Fan	SI	NO	NO	SI	SI	4	
4	ALEXYGONZALEZ	Alexny	Gonzalez	SI	SI	SI	SI	SI	6	
5	ANDREAPOCHI2	Andrea	Ramirez	NO	NO	NO	SI	SI	7	Montó dos fotos. Solo se evaluó la mejor. En una taggeó a las amigas, en la otra que se evaluó no las mencionó.
6	ANDREINAGARCIAAGOLINDANO	Andreina	García	SI	NO	SI	SI	SI	8	Muchos Followers
7	BARBYRENGIFO	Barbara	Rengifo	SI	SI	SI	SI	SI	10	
8	BERMALISM	Bermalis	Morales	SI	SI	SI	SI	SI	10	
9	BONAGUROCRECIA	Crecia	Bonagura	SI	NO	NO	SI	SI	5	
10	BRENDAKAROLINEE	Brenda	Bonilla	SI	SI	SI	SI	SI	7	
11	CARMENCIAVIVI	Carmen	Lugo	SI	SI	SI	SI	SI	7	
12	CAROVALESM	Carolina del Valle	Maya Monasterio	SI	SI	SI	SI	SI	9	
13	CCSJA1	Jaimar	Saavedra	SI	SI	SI	SI	SI	9	
14	CONNEMOT	Constanza	Tucker	SI	NO	SI	SI	SI	9	
15	DALIAACOSTA0907	Dalida	Acosta	SI	NO	NO	SI	SI	10	
16	DAMALYSBR1	Damalys	Briceno	SI	SI	SI	SI	SI	7	
17	DAMIBRICE	Oscarlaym	Lugo	SI	SI	SI	SI	SI	6	
18	DAYANAH_172	Dayana	Hernandez	SI	SI	SI	SI	SI	6	
19	DAYANAVMM	Dayana	Mora	SI	SI	NO	SI	SI	6	
20	DESIREESAMI	Desiree	Camilo	SI	SI	SI	SI	SI	7	
21	DIANAMAG9	Diana	Azocar	SI	NO	SI	SI	SI	5	
22	DIANNETT1	Diannett	Cedeño	SI	NO	SI	SI	SI	7	Concursó varias veces, solo se toma una vez en cuenta
23	ELEANAALFLORES	Eleana	Flores	SI	NO	SI	SI	SI	6	
24	EMILYALVAREZ19	Emily	Alvarez	NO	SI	SI	SI	SI	5	
25	FABIANA0	Fabiana	Ordoñez	SI	SI	SI	SI	SI	8	
26	GABY.ACF	Gabriela	Castillo	SI	SI	SI	SI	SI	10	
27	GABYESTABA	Gabriela	Estaba	SI	SI	SI	SI	SI	10	
28	GABYMORENO0	Gabriela	Moreno	SI	NO	SI	SI	SI	5	
29	GEN.ANDRE09	Andrea	N/A	SI	NO	SI	SI	SI	5	
30	GENEDETOMASELLO	Génesis	Pérez	SI	SI	SI	SI	SI	9	
31	GENESISMALAVEDA	Génesis	Malavé	SI	NO	SI	SI	SI	7	Muchos followers
32	GIRLS_GARAGE	Daniela	Rivero	SI	NO	SI	SI	SI	6	
33	GRACIELALUCIA24	Graciela	Tovar	SI	NO	SI	SI	SI	10	
34	HANYELIVERA	Henry	Chirinos	SI	NO	SI	SI	SI	7	Colocó mal el hashtag
35	HEZELDFC	Heizel	Conde	SI	NO	NO	SI	SI	3	
36	HURTADO_LAU	Laura	Hurtado	SI	NO	SI	SI	SI	6	
37	JOSSE_CALDERA	Jossimar	Caldera	SI	SI	SI	SI	SI	10	
38	JOSY.SIRA	Josana	Sinamar	SI	NO	SI	SI	SI	6	
39	JULIANDRYSM	Gabriela	Salazar	SI	NO	NO	SI	SI	5	
40	KATYSORLEY26	Katherine	Sorley	SI	SI	SI	SI	SI	7	
41	KRISTYNAIHALYD	Krissy	Briceno	SI	SI	SI	SI	SI	9	
42	LARICCHIAACUNA	Vanessa	N/A	SI	SI	SI	SI	SI	10	
43	LAUGARAGEPLC	Lau	Garage	SI	SI	SI	SI	SI	6	
44	LEDYROXI	Leidy	Ruiz	SI	NO	SI	SI	SI	6	
45	LORELYSALICIA	Lorelys	Salicia	SI	SI	SI	SI	SI	6	
46	MAFFERRONE	Maria Fernanda	Perrone	SI	NO	SI	SI	SI	5	
47	MARIANMOUB	Maria Andrea	Moubarak	SI	SI	SI	SI	SI	10	
48	MARIGRETH27	Alyss	Medina	SI	NO	NO	SI	SI	4	Concursó varias veces, solo se tomó una vez en cuenta
50	MARIWALEH	Maria Waleska	Hernandez	SI	SI	SI	SI	SI	5	
51	MARODRIGUEZH	Maria Andrelina	Rodríguez	SI	NO	SI	SI	SI	5	
52	MERLYSJB	Merlys Jose	Balza	SI	SI	SI	SI	SI	10	
53	MICHELEJIMENEZA	Michelle	Jiménez	SI	SI	SI	SI	SI	7	
54	RAGAZZA1904	Maria Fernanda	N/A	SI	NO	NO	SI	SI	4	
55	ROSANGELSQ	Rosangel	Suñez	NO	NO	SI	NO	NO	3	
56	ROSSBETHG28	Rosbeith	García	SI	SI	SI	SI	SI	5	
57	SCARLETTMONASTERIO	Scarlett	Monasterio	SI	SI	SI	SI	SI	10	
58	STEPHANIANREINA28	Stephani	Tenorio	SI	SI	SI	SI	SI	9	
59	STEPHANIE_SOLER	Stephanie	Soler	SI	SI	SI	SI	SI	10	
60	STEPHANIEEDANIELA	Stephanie	Barragan	SI	SI	SI	SI	SI	10	
61	TENORIOSTEPHANI	Stephani	Tenorio	SI	SI	SI	SI	SI	9	
62	TEIANDA87	Vanessa	Acuña	SI	SI	SI	SI	SI	10	
63	TINAALARCONM	Valentina	Alarcon	SI	NO	SI	SI	SI	6	
64	VALENJML	Valentina	Maldonado	SI	NO	NO	SI	SI	7	
65	VALENTINARREAZA	Valentina	Arreaza	SI	SI	SI	SI	SI	8	
66	VALENTINASANTANDER	Valentina	Santander	SI	SI	SI	SI	SI	8	
67	VALERIAKV	Valeria	Vargas	SI	SI	SI	SI	SI	9	
68	VALERIAPETRALIA	Valeria	Petralia	SI	SI	NO	SI	SI	7	
69	VALLEREMARQUEZ	Vallerie	Marquez	SI	SI	NO	SI	SI	9	
70	VARGASANA25	Ana	Vargas	SI	SI	NO	SI	SI	10	
71	VICMILENAS	Vicdani	Sánchez	SI	SI	SI	SI	SI	6	
72	VICTORIAFSM	Victoria	Sánchez	SI	SI	SI	SI	SI	6	
73	VICTORIAAGUERRERO1991	Ariam	De Gonzalez	SI	NO	SI	SI	SI	8	
74	YESDECANA	Yesmleth	Hernandez	SI	SI	SI	SI	SI	4	
75	YESSICA.AGM	Jessica	N/A	SI	SI	SI	SI	SI	10	
76	YESSICA.AGM	Jessica	N/A	SI	SI	SI	SI	SI	10	
77	YESSICA.INFANTE	Yessica	infante	SI	NO	SI	SI	SI	8	
78	YESSICAKBG	Yessica	Brito	SI	SI	SI	SI	SI	6	
79	YOARLENY	Yoarleny	Agreda	SI	NO	SI	SI	SI	10	

Anexo 14

Base de datos de concursantes Reto 2

Segundo Reto Concursantes										
	Username	Nombre	Apellido	Hashtag	Mención	Sigue el concepto del concurso	Concursa	Puntuación x/10	Observaciones	Participó Reto 1
1	A_A_P_R	Alejandra	Rosales	SI	NO	SI	SI	10		SI
2	ALEROMEROR	Alejandra	Romero	SI	NO	SI	SI	10		SI
3	ALEXNYGONZALEZ	Alexny	Gonzalez	SI	SI	SI	SI	10		SI
4	ANDREAQCHI2	Andrea	Ramirez	SI	NO	SI	SI	10		SI
5	ANDREINAGARCIAAGOLINDANO	Andreina	Garcia	SI	NO	SI	SI	10		SI
6	BARBYRENGIFO	Barbara	Rengifo	SI	SI	SI	SI	10		SI
7	BERMALISM	Bermalis	Morales	SI	NO	SI	SI	10		SI
8	BONAGUROCRECIA	Crecia	Bonaguro	SI	NO	SI	SI	10		SI
9	BRENDAKAROLINEE	Brenda	Bonilla	SI	SI	SI	SI	10		SI
10	CARMENCITAVIVI	Carmen	Lugo	SI	SI	SI	SI	10		SI
11	CAROVALE3M	Carolina del Valle	Moya Monasterio	SI	SI	SI	SI	10		SI
12	CONNEMOT	Constanza	Tucker	SI	NO	SI	SI	10	Original + Muchos Followers	SI
13	DALIACOSTA0907	Dalida	Acosta	SI	NO	SI	SI	10		SI
14	DAMALYSBRI	Damalis	Briceño	SI	SI	SI	SI	10		SI
15	DAMIBRICE	Oscarlaym	Lugo	SI	SI	SI	SI	10		SI
16	DESIREESAMI	Desiree	Camilo	SI	SI	SI	SI	10		SI
17	DIANNETTIC1	Diannett	Cedeño	SI	SI	SI	SI	10		SI
18	ELEANAAFLORES	Eleana	Flores	SI	SI	SI	SI	10		SI
19	FABIANO	Fabiana	Ordoñez	SI	SI	SI	SI	10	Aplicada con los retos	SI
20	GABY.ACF	Gabriela	Castillo	SI	SI	SI	SI	10		SI
21	GABYESTABA	Gabriela	Estaba	SI	SI	SI	SI	10		SI
22	GABYMORENO	Gabriela	Moreno	SI	NO	SI	SI	10		SI
23	GENEDETOMASELLO	Génesis	Pérez	SI	SI	SI	SI	10		SI
24	GENESMALAVEDA	Génesis	Malavé	SI	SI	SI	SI	10		SI
25	GIRLS_GARAGE	Daniela	Rivero	SI	SI	SI	SI	10		SI
26	GRACIELALUCIA24	Graciela	Tovar	SI	SI	SI	SI	10		NO
27	HANYELIVERA	Henyi	Chirinos	SI	NO	SI	SI	10		SI
28	HEZELDFC	Heizel	Conde	SI	NO	SI	SI	10		SI
29	JOSSI_CALDERA	Josimar	Caldera	SI	NO	SI	SI	10		SI
30	JOSY.SIRA	Josana	Siramar	SI	NO	SI	SI	10	Original	SI
31	JULIANDRYSM	Gabriela	Salazar	SI	NO	SI	SI	10		SI
33	KATTYSORLEY26	Katherine	Sorley	SI	SI	SI	SI	10		SI
34	KRISTYNATHALYD	Kristy	Briceño	SI	SI	SI	SI	10		SI
35	LEIDYROXI	Lelidy	Ruiz	SI	NO	SI	SI	10		SI
36	LORELYSALICIA	Lorelys	Salicia	SI	SI	SI	SI	10		SI
38	MAFPERRONE	Maria Fernanda	Perrone	SI	SI	SI	SI	10		SI
39	MARIANMOUB	Maria Andrea	Moubarak	SI	SI	SI	SI	10		SI
40	MARIGRETH27	Ailys	Medina	SI	SI	SI	SI	10		SI
41	MARIWALEH	Maria Waleska	Hernandez	SI	SI	SI	SI	10		SI
42	MARODRIGUEZH	Maria Andreina	Rodriguez	SI	SI	SI	SI	10	Original	SI
43	MERLYSJB	Merlys Jose	Balza	SI	SI	SI	SI	10		SI
44	MICHELLEJIMENEZA	Michelle	Jiménez	SI	SI	SI	SI	10		SI
45	MIMILAVERDE	Maria Giovanna	N/A	SI	SI	SI	SI	10		NO
46	PONTEBARBARAA	Barbara	Ponte	SI	NO	SI	N/A	10		NO
47	RAGAZZA1904	Maria Fernanda	N/A	SI	NO	SI	SI	10		SI
48	ROSANGELSQ	Rosangel	Suárez	SI	SI	SI	SI	10		SI
49	ROSSBETHG28	Rosbeth	Garcia	SI	SI	SI	SI	10		SI
50	SCARLETTMONASTERIO	Scarlett	Monasterio	SI	SI	SI	SI	10		SI
51	STEPHANIANDREINA28	Stephanie	Tenorio	SI	SI	SI	SI	10		SI
52	STEPHANIE_SOLER	Stephanie	Soler	SI	SI	SI	SI	10		SI
53	STEPHANIEEDANIELA	Stephanie	Barragan	SI	SI	SI	SI	10		SI
54	TENORIOSTEPHANI	Stephani	Tenorio	SI	SI	SI	SI	10		SI
55	TETANDA87	Vanessa	Acuña	SI	SI	SI	SI	10		SI
56	TINAALARCONM	Valentina	Alarcan	SI	NO	SI	SI	10		SI
57	VALENTINARREAZA	Valentina	Arreaza	SI	SI	SI	SI	10		SI
58	VALENTINASANTANDER	Valentina	Santander	SI	SI	SI	SI	10	Muchos Followers	SI
59	VALERIAKV	Valeria	Vargas	SI	SI	SI	SI	10		SI
60	VALERIAPETRALIA	Valeria	Petralia	SI	NO	SI	SI	10		SI
62	VALLERIEMARQUEZ	Vallerie	Marquez	SI	NO	SI	SI	10		SI
63	VARGASANA25	Ana	Vargas	SI	NO	SI	SI	10		SI
64	VICMILENAS	Vicdani	Sánchez	SI	SI	SI	SI	10	Original	SI
65	VICTORIAFSM	Victoria	Sánchez	SI	SI	SI	SI	10		SI
66	VICTORIAAGUERREO1991	Arlam	De Gonzalez	SI	NO	SI	SI	10		SI
67	YESDECANA	Yesmleth	Hernandez	SI	SI	SI	SI	10		SI
68	YESSICA.AGM	Jessica	N/A	SI	SI	SI	SI	10	Sigue instrucciones, muy aplicada + Muchos Followers	SI
69	YESSICAINFANTE	Yessica	Infante	SI	NO	SI	SI	10		SI
70	YESSICAKBG	Yessica	Brío	SI	SI	SI	SI	10		SI
71	YCARLENY	Ycarleny	Agrada	SI	SI	SI	SI	10		SI

Anexo 15

Base de datos de concursantes Reto 3

Tercer Reto Concursantes											
	Username	Nombre	Apellido	Hashtag	Mención	Sigue el concepto del concurso	Concursa	Puntuación x/10	Observaciones	Participó Reto 1	Participó Reto 2
1	A.A.P.R	Alejandra	Rosales	SI	NO	SI	SI	10		SI	SI
2	ALEROMEROR	Alejandra	Romero	SI	NO	SI	SI	10		SI	SI
3	ALEXYGONZALEZ	Alexny	Gonzalez	SI	SI	SI	SI	10	Hizo dos retos en una sola imagen	SI	SI
4	ANDREA0CHI2	Andrea	Ramirez	SI	NO	SI	SI	10		SI	SI
5	ANDREINAGARCIAAGOLINDANO	Andreina	Garcia	SI	NO	SI	SI	10		SI	SI
6	BARBYRENGIFO	Barbara	Rengifo	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
7	BERMALISM	Bernalis	Morales	SI	NO	SI	SI	10		SI	SI
8	BONAGUROCRECIA	Crecia	Bonaguro	SI	NO	SI	SI	10		SI	SI
9	BRENDAKAROLINEE	Brenda	Bonilla	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
10	CARMENCITAVIVI	Carmen	Lugo	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
11	CAROVALE3M	Carolina del Valle	Moya Monasterio	SI	NO	SI	SI	10	Super Original y Aplicada	SI	SI
12	CONNIEMOT	Constanza	Tucker	SI	NO	SI	SI	10	Original + Muchas Followers	SI	SI
13	DALIACOSTA0907	Dalida	Acosta	SI	NO	SI	SI	10		SI	SI
14	DAMALYSBRI	Damalys	Biceño	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
15	DAMBRICE	Oscarlaym	Lugo	SI	SI	SI	SI	10	Ojo es la misma persona participando con otra cuenta	SI	SI
16	DESIREESAMI	Desiree	Carillo	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
17	DIANNETC1	Diannett	Cedeño	SI	SI	SI	SI	10	Muchos Followers	SI	SI
18	FABIANO	Fabiana	Ordoñez	SI	SI	SI	SI	10	Aplicada con los retos	SI	SI
19	GABYACF	Gabriela	Castillo	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
20	GABYESTABA	Gabriela	Estaba	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
21	GABYMORENOO	Gabriela	Moreno	SI	NO	SI	SI	10		SI	SI
22	GENEDETOMASELLO	Génesis	Pérez	SI	SI	SI	SI	5	Foto inapropiada	SI	SI
23	GENESISMALAVEDA	Génesis	Malavé	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
24	GIRLS_GARAGE	Daniela	Rivero	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
25	GRACIELALUCIA24	Graciela	Tovar	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
26	HANYELIVERA	Henry	Chirinos	SI	NO	SI	SI	10		SI	SI
27	HEZELDFC	Heizel	Conde	SI	NO	SI	SI	10		SI	SI
28	JOSSI_CALDERA	Josimar	Caldera	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
29	JOSY.SIRA	Josana	Siramar	SI	NO	SI	SI	10		SI	SI
30	JULIANDRYSM	Gabriela	Salazar	SI	NO	SI	SI	10		SI	SI
31	KATTYSORLEY26	Katherine	Sorley	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
32	KRISTYNATHALYD	Kristy	Biceño	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
33	LORELYSALICIA	Lorelys	Salicia	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
34	MAPPERRONE	Maria Fernanda	Perrone	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
35	MARIANMOUB	Maria Andrea	Moubarak	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
36	MARICRETH27	Alyis	Medina	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
37	MARIWALEH	Maria Waleska	Hernandez	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
38	MARODRIGUEZH	Maria Andreina	Rodríguez	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
39	MERLYSJB	Merlys Jose	Balsa	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
40	MICHELLEJIMENEZA	Michelle	Jiménez	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
41	BAGAZZA1904	Maria Fernanda	N/A	SI	NO	SI	SI	10		SI	NO
42	ROSANGELSQ	Rosangel	Suárez	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
43	ROSSBETHG2B	Rosabeth	Garcia	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
44	SCARLETTMONASTERIO	Scarlett	Monasterio	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
45	STEPHANIANDREINA28	Stephanie	Tenorio	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
46	STEPHANIE_SOLER	Stephanie	Soler	SI	SI	SI	SI	10	Original Fajada	SI	SI
47	STEPHANIEEDANIOLA	Stephanie	Baragan	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
48	TETANDA67	Vanesa	Acuña	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
49	TINAALARCONM	Valentina	Alarcon	SI	NO	SI	SI	10		SI	SI
50	VALENTINARREAZA	Valentina	Arreaza	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
51	VALENTINASANTANDER	Valentina	Santander	SI	SI	SI	SI	10	Muchos Followers	SI	SI
52	VALERIAKV	Valeria	Vargas	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
53	VALERIAPETRALIA	Valeria	Petralia	SI	NO	SI	SI	10		SI	SI
54	VALLERIEMARQUEZ	Vallerie	Marquez	SI	NO	SI	SI	10		SI	SI
55	VARGASANA25	Ana	Vargas	SI	NO	SI	SI	10		SI	SI
56	VICMILENAS	Vicdani	Sánchez	SI	SI	SI	SI	10	Aplicada	SI	SI
57	VICTORIAFSM	Victoria	Sánchez	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
58	VICTORIAGUERRERO1991	Ariam	De Gonzalez	SI	NO	SI	SI	10		SI	SI
59	YESDECANA	Yemileth	Hernandez	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
60	YESSICA.AGM	Jessica	N/A	SI	SI	SI	SI	10	Sigue Instrucciones, muy aplicada + Muchos Followers	SI	SI
61	YESSICAINFANTE	Yessica	Infante	SI	NO	SI	SI	10	Original	SI	SI
62	YESSICAKBG	Yessica	Brito	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI
63	YOARLENY	Yoarleny	Agreda	SI	SI	SI	SI	10		SI	SI