



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**"Análisis del marketing de contenidos de la fanpage de la
Empresa Global Shop, 2020"**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

AUTORA:

Muro Zamora, Laura Alejandra (ORCID: 0000-0001-6149-1411)

ASESOR:

Dr. Ramos Palacios, Wilder Fabio (ORCID: 0000-0002-3730-1638)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

CALLAO – PERÚ

2020

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a mis padres, quienes siempre me han brindado su apoyo incondicional y nunca dejaron de creer en mí.

Agradecimiento

A mi abuela, por darme la perseverancia. A mi asesor el Dr., Wilder Fabio Ramos por la sapiencia transmitida. A la Lic. Carolina Sánchez Vega por su apoyo y guía incondicional y por supuesto a mi madre que siempre me apoyo.

Índice de Contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de Contenidos	iv
Resumen.....	v
Abstract	vi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1 Tipo y Diseño de Investigación.....	12
3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización apriorística.....	12
3.3 Escenario de Estudio	12
3.4 Participantes	13
3.5 Técnica e Instrumento de Recolección de datos.....	13
3.6 Procedimientos.....	14
3.7 Rigor Científico.....	14
3.8 Método de Análisis de información	14
3.9 Aspectos Éticos.....	15
IV. RESULTADOS.....	16
V. DISCUSIÓN.....	19
VI. CONCLUSIONES.....	25
VII. RECOMENDACIONES.....	27
REFERENCIAS	29
ANEXOS	34

Resumen

El mundo digital ha permitido la creación e implementación de nuevas estrategias de publicidad para el mercado digital y han creado nuevas formas de comunicarse con los usuarios, es así como el marketing de contenidos es parte vital para lograr un correcto posicionamiento online. De esta forma las empresas que manejan redes sociales deben establecer estrategias innovadoras para el contenido que realizan y así crear material atractivo para el público. Es por ello por lo que en la presente investigación se propuso estudiar cuales son los elementos del marketing de contenidos que destacan en la fanpage Global Shop ya que al ser una empresa de venta de merchs, material discográfico y artículos deben utilizar el marketing de contenidos para atraer al público.

El análisis realizado mostró que en la fanpage emplean los elementos principales del marketing de contenidos que se refleja en la realización de contenido y que a su vez son manejados de manera simultánea para no tener gran variación, sin embargo, se encontró puntos que destacan en la plataforma que impide que su aplicación sea totalmente eficaz.

Para esta investigación se empleó el enfoque cualitativo utilizando un diseño interpretativo por medio de un estudio de caso, utilizando como instrumentos la guía de observación y ficha de recolección de datos para realizar un estudio a profundidad de las categorías a evaluar como los formatos de publicación, interactividad, frecuencia, temática de publicación y diseño de página; y así dar un aporte significativo al empleo del marketing de contenido en las redes sociales y sea de provecho para todo ámbito.

Palabras Clave: Marketing de Contenidos, Fanpage, Interactividad.

Abstract

The digital world has allowed the creation and implementation of new publicity strategies for the digital market and have created new ways of communicating with users, this is how content marketing is a vital part to achieve a correct positioning online. In this way the companies that manage social networks should develop innovative strategies to promote the content and thus create attractive material for the public. That is why in the present investigation it was proposed to study what are the elements of the marketing of content that stand out in the fanpage Global Shop because a business selling merchs, recorded material and articles should use content marketing to attract the public.

The analysis showed that in the fanpage employ the main elements of content marketing which is reflected in the realization of content and which in turn are handled simultaneously in order not to have great variation, however, it was found points that stand out on the platform that prevents its application to be fully effective.

For this research, the qualitative approach was used using an interpretative design through a case study, using as instruments the observation guide and data collection sheet to carry out an in-depth study of the categories to be evaluated such as publication, interactivity, frequency, publication subject and page layout formats; and thus make a significant contribution to the use of content marketing on social networks and be of benefit to all fields.

Keywords: Content Marketing, Fanpage, Interactivity.

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el apogeo del mundo digital ha hecho posible la creación e implementación de nuevas herramientas para lograr un mayor alcance de manera efectiva; el marketing de contenidos es esta nueva técnica online más empleada ya que su finalidad es atraer, ofrecer al público lo que desee. Esta técnica es manejada por las empresas que buscan el posicionamiento online, tal es el caso que el 88% de las empresas B2B afirman, que destinan el 42% de su presupuesto a esta nueva estrategia ya que es una de las más efectivas y que además se centran en evaluar y diferenciarse de su competencia directa. Por otro lado, el 90% de las empresas B2C también emplean esto para construir y promover su imagen de marca esto es fijado para lograr la segmentación del cliente y crear estrategias diferenciadas para su grupo objetivo. El informe presentado en enero de 2019 por We Are Social y Hootsuite testifica, que globalmente existen 4.388 millones de internautas generando así una penetración del 93% en Norteamérica, 73% en Sudamérica y el 42% en Asia.

En el Perú, según datos obtenidos por el INEI en 2017 sobre el uso del internet, señala que el 69.3% de personas tienen acceso y hacen uso del internet en Lima Metropolitana, esto es beneficioso para los que generan ecommerce en redes sociales ya que es más práctico y rompe las barreras geográficas, esto se evidencia y lo afirma la investigación de GfK sobre la liquidez de venta del 2019 donde señala que, el registro de ventas vía web en el Perú tuvo un incremento del 44.2% de personas que ya emplean esta modalidad de compra. Otra fuente es el gerente de Comercio Electrónico de la Cámara de Comercio de Lima, señalaron que las ganancias online en el Perú sumarán 2,800 millones de dólares el presente año.

Por otro lado, la viralidad se logra con cualquier contenido publicado en la red y el gran alcance que genere, ya que de ello depende si lo que se ofrece está obteniendo el éxito esperado, esto es de ayuda para potenciar aún más la empresa y saber si los formatos que emplean en internet son los adecuados.

Para lograr esto, es de suma importancia la interactividad que realice el público con el contenido que expongas, es vital que la pagina registre feedback para mayor aprovechamiento, esto además es muy explotado por las grandes empresas cuando surge algo de interés público, sin embargo, la viralidad no siempre se logra de manera positiva, existen casos donde no se realiza un correcto manejo con el contenido que exponen o el mensaje no transmitió lo que deseaban y generan reacciones negativas lo cual también se expande y deja mal posicionado la empresa y que además al ser online no es sencillo eliminar esa percepción.

Como se puede ver, todos estos términos están enlazados ya que la realización de un buen contenido genera viralidad y permite que tengan a su público fidelizado, esto se logra generando interés, relevancia, contenido de calidad y original, por consiguiente, logran fidelización y difusión a que nuevas personas conozcan y a la par fortalecer la marca.

Las empresas actualmente apuestan por realizar su posicionamiento a través de las redes sociales, ya que, al estar inmerso en el mundo digital, los medios convencionales ya no logran el mismo resultado que años atrás, es así como se puede apreciar que gran parte de estas cuentan ya con una página web adicionalmente de redes sociales para generar mayor fidelización con su público y que esto además ha generado resultados favorables y la satisfacción de sus clientes. Por este motivo para las empresas B2C es vital el uso de redes sociales ya que es parte de su estrategia digital y se pactan conectar con su público de forma conjunta si no por el contrario de manera individual satisfaciendo los intereses de sus usuarios.

Tal es el caso de la empresa Global Shop, empresa asiática que cuenta con público alrededor del mundo sin necesidad de contar con sucursales en todos los países, esta es una empresa que genera publicidad, feedback, ecommerce y engagement a través de las plataformas web, en este caso con su fanpage en Facebook que cuenta con 1.237.123 likes y con un alcance de 1.240.377. Global Shop lo que realiza a través de su página es la venta de material discográfico, merch, good's, entre otras cosas más de sus artistas. Esto

lo logra a través del marketing de contenido que realiza en su fanpage el cual esta segmentado de acuerdo con el artista y el artículo que desea mostrar. Esta página es netamente visual por lo cual debe tener una correcta estética, diseño y con el marketing de contenido establecer una estrategia acorde a lo que se busca obtener. Según datos obtenidos mediante su reporte anual, detalla que en el 2019 tuvo un incremento positivo en sus ventas en contraste con los años anteriores, por lo cual el empleo de sus redes sociales fue vital para este resultado.

El Content Marketing al ser una nueva rama tiene a presentar diferentes maneras de ejecución, por ello se plantea como problema general, ¿Cuál son los elementos del marketing de contenidos que destacan de la fanpage Global Shop 2020?

Partiendo desde el problema general se formuló como problemas específicos identificar cuáles son los formatos de publicación, la interactividad que realiza, cual es la su frecuencia de publicación y, por último, la temática de publicaciones que utiliza la fan Page Global Shop.

Para investigar a profundidad el marketing de contenidos se formula como objetivo general analizar los elementos del marketing de contenidos que destacan de la fanpage Global Shop 2020

Siguiendo de este objetivo general, se plantean cinco objetivos específicos para así realizar un estudio a profundidad los cuales son examinar los formatos de publicaciones que realiza en su fanpage, evaluar la interactividad que realiza, examinar la frecuencia de publicación, evaluar la temática de publicaciones y por último el diseño de página que utiliza la fanpage Global Shop 2020.

II. MARCO TEÓRICO

Con el paso del tiempo, las social media son objeto de estudio ya que es utilizado como un canal de difusión y fidelización con el público. Esto no solamente es aprovechado por agencias publicitarias, si no también entidades gubernamentales y empresas de distintos rubros. Por ello, existen estudios que tratan sobre como estudiar las paginas web.

En el hilo nacional, la investigación de Enriquez. & Miranda. (2016) titulada Influencia del marketing de contenidos de la fashion blogger peruana Tana Rendón en la fidelización con su comunidad en su página de facebook le coquelicot entre enero y agosto del 2016, propusieron como punto clave establecer la influencia del marketing de contenidos de la fashion blogger peruana Tana Rendón en la fidelización con su comunidad en su página de Facebook Le Coquelicot entre enero y agosto del 2016. Para ello, se emplearon como instrumento la lista de cotejo y encuesta de preguntas cerradas, donde tomaron como muestra 384 seguidores de la fanpage. Finalmente, se concluyó que la influencia del marketing de contenidos de la fashion blogger peruana Tana Rendón es efectiva ya que se aprecia que los contenidos publicados generan mayor interactividad entre sus seguidores.

Otro enfoque es el de Regalado. & Heredia. (2016) en su investigación llamada Análisis de contenido de la página de facebook de la empresa AD y L Consulting 2016, que plantean como visión fundamental estudiar el contenido de la página de Facebook en la empresa AD y L Consulting. Por lo cual el instrumento que se aprovechó fue la entrevista y observación, donde el escenario de estudio fue su página de Facebook. Posteriormente se ultimó que la empresa en gran parte se limita a considerar fotografías en sus publicaciones, no tomando en cuenta los diferentes tipos de contenidos que se pueden publicar en la red social.

Por último, tenemos el estudio de Pasache. (2018) nombrado Nivel de interactividad de las publicaciones del fanpage "beauty secrets", setiembre a octubre de 2018, como propósito fundamental fijar el nivel de interactividad en las publicaciones del Fanpage "Beauty Secrets", setiembre a octubre de 2018. Por consiguiente, se emplea como instrumento la ficha de recolección de datos, donde el objeto de estudio son 36 publicaciones activas de la fanpage. Por último, se resuelve que el nivel de interactividad de las publicaciones del Fanpage "Beauty Secrets" es alto (47.46%), en relación con los parámetros establecidos; de un total de 1001 interacciones, de las cuales 559 son "reacciones" que representan el (55.8%), 334 "comentarios" (33.4%) y 108 "compartidos" (10.8%).

Cambiando al ámbito internacional, el trabajo elaborado por Sepúlveda. (2016) nominado Uso del Marketing de Contenidos como herramienta de Promoción en las empresas de moda venezolanas, contando por punto estudiar las tendencias actuales del marketing de contenidos en Venezuela como estrategia de mercadeo de las empresas de moda. Por ende, se empleó la entrevista y encuesta para su realización. Por último, se resuelve que el marketing de contenidos es una herramientas efectivas y necesaria para dar a conocer una marca y diferenciarla del resto, tanto en el sector de la moda como en otros sectores.

Desde otra perspectiva, se toma el escrito de Martinez. (2017) denominado La importancia del marketing de contenidos para netflix: un análisis de su página oficial de Facebook, teniendo por aspecto básico analizar la comunicación online de la marca, específicamente en Facebook, para relacionar la popularidad de la plataforma entre sus seguidores con el tono y el estilo de sus publicaciones. Para el estudio se realizó una recopilación de los posts realizados en la página oficial de Facebook de Netflix España y como instrumento se empleó las herramientas LikeAlyzer y Fanpage Karma. Se concluye que las publicaciones pertenecientes al bloque 'Autopromoción' provocarían más reacciones en el público al no hablar de ninguna serie en

concreto, ya que si se habla de un producto audiovisual concreto lo más probable es que todos los usuarios no la hayan visto, además que la utilización de un tono humorístico en las publicaciones generaría un mayor número de reacciones.

Para finalizar, se incluye el estudio de Moñino. (2018) titulado Análisis de casos de content marketing: Coca-Cola Journey, Red Bulletin y 1912 Pike, donde se propone como punto base analizar la estrategia de content marketing de las marcas Coca-Cola, Red Bull, Starbucks en sus sitios web propios Coca-Cola Journey, Red Bulletin y 1912 Pike, con el fin de identificar las tendencias en la aplicación de esta práctica de comunicación de mercadeo. Para esto se utilizó como instrumento la matriz de observación, diario de campo y las herramientas Scoreboard Social, Social Bakers y Social Blade. Finalmente se determinó que los sitios web son parte de la estrategia de comunicación de marketing de las tres compañías, pero también la observación permite concluir que no hay una integración que vaya más allá de enlazar con hipervínculos algunos de los canales, como las redes sociales digitales u otros sitios web, y que la narrativa de cada canal funciona de manera independiente, pues no se integra, pero sí se fundamentan en las mismas temáticas.

Para entender el funcionamiento de las páginas web se debe manejar conceptos que faciliten la comprensión de estos. Es por lo que en primer lugar se debe conocer las teorías de la comunicación que sean de utilidad para explicar a profundidad y tener una noción más precisa sobre el fenómeno.

El estudio del Marketing de Contenidos busca en su aplicación tener pautado lo que se desea transmitir ya sea con la utilización de formatos convencionales o no convencionales, esto facilita a poder definir lo que se usará para ello, esto se asocia con la teoría fórmula B.E.S.T. que es planteada por Pulizzi y Barrett (2009), donde nos dictamina la realización de una hoja de ruta de marketing de contenidos para con ello lograr proporcionar a las empresas el paso de creación del contenido valioso y relevante para su público determinado,

su aplicación es viable de ejecutar en la mayor parte de medios de comunicación ya sea de manera convencional o no convencional. Esto además se rige a base de 4 componentes básicos; el comportamiento, el primer componente, busca que la información que se transmita al público tenga un sentido con lo que se busque mostrar; el segundo componente, lo esencial, es tener de primera mano los datos e información necesarios para lograr un trabajo exitoso; continuando con el tercer componente, lo estratégico, ver si lo presentado está ligado a la estrategia comercial ya que todo ello va a la par y no son planteamientos independientes; después de todo ello el último componente, el target, ver si está dirigido a nuestros clientes, si es de importancia y si se obtendrá lo que se desea. Este planteamiento ayuda así a determinar la estrategia, por lo cual es de suma importancia la aplicación de estas cuatro categorías.

Para elaborar una estrategia de marketing efectiva se debe considerar previamente aspectos importantes para delimitar nuestro enfoque de esta, para ello, Tucker (2013), sugiere la Teoría de los 4 pilares, donde se indican de forma detallada los pasos que se emplean en la elaboración de una estrategia de marketing de contenido. Previamente a ello se inicia respondiendo interrogantes primordiales acerca de los clientes, sus necesidades, para quienes va dirigido y cuál es el contenido que genera mayor impacto, luego de ello se debe definir los objetivos a lograr, estos pueden partir desde potenciar la imagen de la marca hasta la persuasión a tus clientes para adquirir lo que ofreces, se delimitar al público objetivo y de ellos obtener datos demográficos y puntos de interés. Establecer para la estrategia la temática que se usará, los puntos a tocar y detallar los formatos y tipos de contenido. Además, este autor nos plantea un punto más que se puede contrastar con la teoría B.E.S.T, que viene a ser el tono de voz que lo considera fundamental en la elaboración de la estrategia que se desee comunicar, ya que se delimita el estilo que se empleará, la coherencia y la manera en que harás llegar tu mensaje para generar confianza y compromiso.

Al ser el marketing de contenidos una táctica web se tiene en consideración la cantidad de usuarios que participan e interactúan con la página o contenido, esto es fundamental para tener un buen flujo en la web, La Teoría 90-9-1 realizada por Nielsen (2006) habla sobre la participación de los usuarios en las herramientas de colaboración y participación, donde identifica el grado de participación de los usuarios en las comunidades en línea. Al 90% de internautas se le denomina una audiencia constante ya que interactúa con lo que se le proporciona, este público toma la actitud pasiva ante la información que reciben en las plataformas, son más que nada consumidores de contenido, este grupo es vital al ser el de mayor porcentaje y generar un alto nivel de interactividad con la página; seguido esta el 9% que vienen a ser editores de contenido y generan una actividad poca activa, realizan el ajuste del contenido a lo que deseen tratar y muy pocas veces realizan la creación de material propio, este grupo es el enlace entre los creadores y la audiencia. Por último, el 1% son los creadores de contenido y son los más importantes ya que generan en totalidad el material que se comparte en la web y a diferencia con los anteriores tiene una actitud de mayor participación, con estas reglas se pretende analizar la participación de usuarios ya sea desde una página de Facebook, Twitter o LinkedIn.

Por otro lado, el mercado al encontrarse en constante cambio es indispensable que las empresas tengan conocimiento de ello y que puedan adecuarse a lo que solicita el mismo, es por ello que la Teoría de Capacidades Dinámicas ayuda a comprender estos cambios para así obtener el resultado favorable esperado, citando a Teece (2007) las capacidades dinámicas son empleadas para la creación, desarrollo, actualización y protección de manera continua de la base de activos que representen fuente de superioridad competitiva, se pueden relacionar con actividades de gran nivel que enlazan la habilidad de la dirección para el reconocimiento de oportunidades, gestionar amenazas, combinar y reconfigurar activos especializados para satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes, sostener el ajuste de la organización al entorno. Esto comprende la dirección total de una empresa y parte desde sus

procesos, hasta la realización para lograr posicionamiento en el mercado y satisfacción con los clientes.

El público que interactúa con una página comúnmente son usuarios que comparten similitudes ya sea en gustos o comportamiento, el contenido que se comparte en la plataforma tendrá una reacción en masa que logrará aumentar la respuesta al contenido. La teoría de la convergencia nos habla que el gusto en común que posee un grupo grande de personas aumenta el interés hacia un determinado elemento que comparta un detalle que genere provecho, por lo cual, para una mejor comprensión citamos a Berck (1974) quien entiende que la semejanza de las personas (el hecho de compartir algunas particularidad) logra que el interés que muestren hacia un producto –o una publicidad– aumente y se quiera compartir con las comunidades y que las personas busquen actuar de una manera determinada termina generando un colectivo popular.

Por último, tenemos la Teoría de la aldea Global, donde se da una reacción a todo lo acontecido por la comunicación, ya sea esto de manera favorable o no, esto también tiene como punto beneficioso la inmediatez, ya que de manera rápida se puede llegar a conocer todo lo que acontece a nuestro alrededor. Tal como dice McLuhan, es el mensaje de la información electrónica es inmediata y no posee cuerpo, es como una comprensión desmaterializada, se relaciona así de otra manera con las leyes naturales. Uno en ese caso no tiene una identidad personal, ni tampoco una moral. Actualmente el mundo digital ha convertido al internet en el mensaje que se desea transmitir y el dispositivo o formato que utilizemos modifica el mismo.

El estudio del marketing de Contenidos es vital ya que va de la mano con la realización de las distintas estrategias digitales, las cuales se verán reflejadas en la variedad de plataformas online que se empleen para su difusión. Es una nueva tendencia que viene siendo utilizada por las empresas de manera online donde su finalidad es atraer al público mediante estrategias correctamente

definidas, para tener una definición más exacta citamos a Joe Pulizzi que dice, “El marketing de contenido es el perfeccionamiento de marketing y negocio para crear y distribuir contenido beneficioso y seductor para atraer, adquirir e involucrar a un público objetivo claramente definido y entendido, con el objetivo de impulsar la participación rentable del cliente.” (Epic Content Marketing, 2014.p5)

Definiendo el primer componente está el formato de Publicaciones, en el marketing de contenido, el contexto de los sitios web facilita diversas formas mucho más largas de contenido. Las marcas pueden publicar entradas de blog, vídeos, infografías y libros electrónicos, solo por nombrar algunos formatos. Con este tipo de marketing, las marcas modelan su comportamiento después del de los editores de medios.

Siguiendo, se define el segundo componente que es la interactividad que se da en la plataforma, ya sea videos, artículos o blog's que hacen muy poco para comunicar los productos y servicios de la empresa, demostrando cómo el buen contenido que sirve un propósito más amplio es a menudo mucho más eficaz que el contenido promocional.

La frecuencia de Publicación como tercer componente que hace alusión a la periodicidad de posteo que se realiza en las fuentes de confianza. ¿Qué los hace tan especiales? ¿Proporcionan información que no puede encontrar en ningún otro lugar? ¿Se entregan constantemente alrededor del mismo día y hora?

La revista, publicación impresa llega por correo. Frecuencia: mensual. Novelas Frecuencia: anualmente. Entradas de blog Frecuencia: diaria. Informes Frecuencia: trimestral. Publicaciones Frecuencia: diario

La Temática de publicación, el tercer componente, es la manera en que comunicas el mensaje de manera online todas las iniciativas de contenido de

marketing, tanto internas como externas, a través de múltiples plataformas y formatos para impulsar las ventas, la interacción, la retención, los clientes potenciales y el comportamiento positivo del cliente.

Por último, el diseño de página es la estética que se usará para los canales digitales a emplear a acuerdo a los objetivos propuestos de acuerdo a la estrategia planteada, esta parte se trabaja en conjunto con el diseñador creativo ya que se debe tener de acuerdo lo que se quiere mostrar para así dar un mensaje coherente al público.

Para la presente investigación se determinó estudiar el marketing de contenidos ya que es la nueva estrategia que actualmente está siendo aplicado por las empresas de manera online, para ello se pretende estudiar el marketing de contenido de la empresa Global Shop desde su página de Facebook, ya que al ser una empresa internacional que cuenta con amplio público se pretende identificar de qué manera capta la atención de sus seguidores y que es lo que le hace tener presencia online. Por lo tanto, como factores principales se estudiará los formatos de publicación que emplea la fanpage, seguido de la interactividad donde se verá la participación de los usuarios con el contenido publicado, la frecuencia de publicación que indicará la periodicidad en la que se comparte contenido, sus temáticas utilizadas en el contenido y el diseño de página que emplea en la plataforma. Al realizar esto se busca brindar estrategias para las futuras empresas que ingresen al mercado online y no tenga conocimiento previo de ello, para que así puedan aplicar correctamente estos elementos para generar presencia en la web.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y Diseño de Investigación

La presente investigación es del tipo aplicada, ya que como menciona Murillo (2008) “Se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación”. (p159).

El enfoque que posee es cualitativo, pues como afirma Fernández (2017) “Se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un acontecimiento dado, y paralelamente descubrir tantas cualidades como sea posible para ampliar el panorama de estudio”. (p7).

El diseño del estudio es interpretativo mediante el estudio de caso, tal como sustenta Martínez (2011) “Los estudios de caso tienen como objetivo documentar una experiencia o evento en profundidad o entender un fenómeno desde la perspectiva de quienes lo vivieron; no persigue ninguna clase de generalización y la transferencia es muy difícil de establecer, regularmente se requieren varios estudios de caso.”

3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización apriorística

La categoría en estudio es Marketing de Contenidos, de la cual sale las subcategorías formatos de publicación, interactividad, frecuencia de publicación, temática de publicación y por último diseño de página “Epic Content Marketing” de Pulizzi, en su obra tocan a profundidad cada uno de estos puntos y su importancia en la aplicación para un buen Marketing de Contenidos, es así como cada punto mencionado es imprescindible para la creación de una estrategia en las distintas plataformas que ofrecen las social media, esto ayuda a tener un entendimiento claro con definiciones precisas.

3.3 Escenario de Estudio

Como escenario de estudio se utilizará la página de Facebook de la empresa Global Shop, ya que tiene una gran presencia online mediante esta

plataforma llegando a tener 1.027.693 likes y un alcance de 1.030.401, esta página además tiene de color representativo el rosado, se aprecia también que a través de su plataforma realiza ecommerce, rompiendo así las barreras geográficas, la página se basa netamente en la venta de merch y discografías, por ello se realizará un análisis de contenido tal como nos dice Monje (2011), “Es una técnica de investigación para análisis sistemáticos del contenido de una comunicación, bien sea oral o escrita. Se puede emplear en materiales como diarios, cartas, cursos, diálogos, reportes, libros, artículos y otras expresiones lingüísticas” (p119).

Así mismo, para la investigación se tocará aspectos primordiales que deben manejar las plataformas, por lo cual se pasa a caracterizar estos puntos siendo formatos de publicación para averiguar qué elemento audiovisual aplica, la interactividad que realiza con su público, la frecuencia de publicación para determinar si es de forma diaria, semanal o mensual y temática de publicación para determinar si establecen un tema en específico en sus publicaciones.

3.4 Participantes

Como participantes del estudio se utilizará la plataforma de Facebook, donde a través de la fanpage se seleccionará 26 posts realizados por la empresa Global Shop durante los meses Julio – Diciembre del 2019, en el cual se tomará los posts que posean mayor relevancia de los meses seleccionados. Adicional a ello, para el estudio del contenido se requirió entrevistar a dos especialistas en el tema, a la Magister Carolina Sánchez Vega y al Magister David Avila Trivelli los cuales tienen experiencia en el área de marketing digital y un amplio manejo de estas plataformas.

3.5 Técnica e Instrumento de Recolección de datos

Para la presente investigación se empleó una guía de Observación donde se colocará detalladamente los aspectos a analizar, tal como lo sustenta Hernández et al. (2006) detallando que una guía de observación debe contener la fecha, lugar, hora, quienes estarán a cargo, las secciones que se van a analizar, descripción de las publicaciones y comentarios positivos o negativos.

Siendo este aplicado en la fanpage de la empresa Global Shop, donde se evaluará las publicaciones en el periodo julio – diciembre del 2019.

3.6 Procedimientos

Con los instrumentos aprobados por tres expertos previamente a su aplicación se ingresó al fanpage de la empresa Global Shop y se seleccionó 26 posts entre el periodo julio – diciembre del 2019, para ello se hizo el conteo del total de publicaciones durante el periodo y se seleccionó las más relevantes en función a los objetivos para que de esta forma cada post seleccionado no sea repetitivo para el análisis. Posterior a ello se realizó el recojo de información de manera minuciosa y después de recopilar a detalle mediante el instrumento de recolección de datos se procedió a clasificar lo obtenido en base a los objetivos para así realizar el análisis y poder con ello hacer la interpretación en base a los objetivos planteados.

3.7 Rigor Científico

La investigación se dará con total transparencia y se cumplirán las exigencias fundamentales para la aprobación necesaria, de esta forma la información brindada será verídica y objetiva, así mismo podrá ser guía y servirá de pauta para futuras investigaciones relacionadas al objeto de estudio, se cumplirá los requisitos necesarios para la validación respectiva tales como los criterios fundamentales para la realización del análisis, de esta forma cada punto de estudio tendrá la autenticidad y validez que requiere a través del instrumento de recolección de datos, el cual fue aprobado por tres expertos en el tema para su aplicación. Así mismo, se mantuvo una tertulia con dos especialistas en el tema para así tener un amplio panorama y lograr las premisas propuestas, de esta forma la información recolectada no será manipulada y tendrá como fin realizar un estudio adecuado.

3.8 Método de Análisis de información

Con la aplicación de la ficha de observación y recolección de datos que se empleará a 30 post de la fanpage Global Shop se busca obtener información de acuerdo con cada componente determinado, los cuales son formato de

publicación, frecuencia de publicación, temática de publicación e interactividad, donde estos serán identificados a través de las publicaciones o la página en general. Con la información verídica que se obtenga se realizará un análisis donde se interpretará estos resultados para así responder a los objetivos general y específicos.

3.9 Aspectos Éticos

Esta investigación es realizada por autora perteneciente a la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, para la elaboración del estudio se toma en cuenta la normativa reglamentaria establecida por el área de investigación formativa de la Universidad César Vallejo. El presente estudio se encuentra libre de plagio y a su vez se reconoció la producción de autores que se tomó como referencia y fueron de aporte para la investigación citándolos correctamente bajo las normas APA. El trabajo además contó con la aprobación del instrumento de recolección de datos siendo validados por juicio de tres expertos como se aprecia anexado. Así mismo, la información obtenida en esta investigación no contará con modificaciones ni alteraciones, por lo cual servirá de guía, fuente confiable y veraz para futuras investigaciones.

IV. RESULTADOS

Objetivo 1: Examinar los formatos de publicaciones que realiza en su fanpage Global Shop 2020.

En los 26 post analizados de la fanpage global shop se visualiza que se buscan tener contenido variado. Los formatos que realiza son las fotos, videos, texto e imagen y texto. Sin embargo, se destaca en la plataforma el uso de texto e imagen junto a los banners realizando un total de 11 post durante el mes de agosto y 9 post realizados con mayor frecuencia en octubre y diciembre respectivamente, en comparación con fotos o textos que solamente se realizó una publicación bajo ese formato en el mes de julio y octubre.

Objetivo 2: Evaluar la interactividad que realiza la fanpage Global Shop 2020.

Al evaluar la interactividad que realiza la fanpage esto se ve reflejado mediante los comentarios, reacciones y compartidas. Dentro de los 26 post al ver la interactividad generada mediante los comentarios se ve que no todas las publicaciones generan gran cantidad de comentarios, pocas publicaciones superan los 100 comentarios y muy nulas las logran 1000 comentarios. En el mes de octubre la mayor parte de sus publicaciones junto con agosto superaron los 100 comentarios, en contraste durante septiembre y diciembre fueron los meses con menor número de comentarios. De esta forma el mes de agosto alcanzó un total de 1292 comentarios siendo el más alto y diciembre logrando solo 51 comentarios.

La cantidad de compartidos que alcanzan las publicaciones muestran el interés por el contenido y que además es aprobado por los usuarios. De esta forma la cantidad de compartidos que alcanzó la fanpage Global Shop durante los meses evaluados en gran parte fueron números altos siendo el mes de agosto y noviembre los meses con mayor cantidad alcanzando 7017 y 2099 compartidas respectivamente, en diferencia con los meses septiembre y diciembre que solo logró 77 y 250 compartidas respectivamente.

Facebook al ofrecer las reacciones en las publicaciones permiten a los usuarios mostrar su aprobación y a la página ver si su contenido es de interés para todos. En los posts realizados por la fanpage se aprecia la respuesta de los usuarios por diferentes reacciones de las cuales destacan los “me gusta”, “me encanta” y en variación constante los “me divierte y “me asombra. El uso de “me enoja” y “me entristece” es mínimo y no destaca en las publicaciones. Siendo así el mes de julio alcanzó 218,001 “me gusta” el número de más alto en comparación con los demás meses, el mes de agosto con 54,268 fue el mes que obtuvo más “me encanta”, 483 “me divierte” y 5,432 “me asombra”; el mes de diciembre con 3 “me enoja” fue el más alto y septiembre con 4 “me entristece”.

Objetivo 3: Examinar la frecuencia de publicación que realiza la fanpage Global Shop 2020.

La fanpage realiza publicaciones por semana tratando de mantener la constancia, sin embargo, existen días donde no se realizó algún post y al día posterior realizan mayor número de post. El mes que contó con menor número de publicaciones fue septiembre donde se realizó 5 post en diferencia con el mes de diciembre que fue donde se realizó mayor contenido teniendo 25 post. Las publicaciones son de interés de su público y busca constantemente generar engagemet y tener actualizado a los usuarios.

Objetivo 4: Evaluar la temática de publicaciones que utiliza la fanpage Global Shop 2020.

El contenido que resalta en la fanpage Global shop es netamente publicitario a su vez con contenido propio ya que todas sus publicaciones son en relación con sus artistas y la venta de sus artículos son originales el cual capta el interés de los usuarios por su innovación constante. Su contenido publicitario busca darle un valor agregado a través de promociones, ofertas y descuentos para así tener a su público fidelizado. Respecto al contenido informativo ajeno a lo publicitario ha sido empleado para detallar algún inconveniente con envíos para clientes extranjeros, así mismo para conocer la

opinión de su público emplean una encuesta la cual para incentivar a los usuarios en completarla les ofrecen un código de descuento para compras.

Objetivo 5: Examinar el diseño de página que utiliza la Fanpage Global Shop 2020.

La Fanpage como color representativo utiliza el color rosado, el cual se ve reflejado en su imagen de perfil, sin embargo, este color no predomina en sus publicaciones, por el contrario, emplean una tonalidad pastel en sus publicaciones de esta forma el rosado entra en su paleta de colores. La fotografía de portada tiene un cambio constante dependiendo del artista que estén promocionando en esa temporada lo único que predomina en la imagen que empleen es el logo de la empresa. Otro elemento que emplea la página es la publicación fija la cual muestra la venta de un artículo de su grupo femenino personalizado por el lanzamiento de una película en el cual la imagen es llamativa. Por último, el botón de mensaje que emplea la página, al ingresar a la Fanpage aparece automáticamente el chatbots para ponerte en contacto o realizar alguna consulta. En la parte superior aparece el botón call to action el cual la empresa lo tiene configurado para comprar que te redirecciona automáticamente a su web.

V. DISCUSIÓN

En base al objetivo general, analizar los elementos del marketing de contenidos que destacan de la fanpage Global Shop 2020. Se infiere que los elementos que predominan en la página son los formatos de publicación, interactividad, frecuencia, temática de publicación y diseño de la fanpage. En ella cada uno de estos elementos es trabajado en conjunto para así no exista variación y sea manejado con homogeneidad. Sin embargo, se apreció que existe algunos elementos que no son aplicados con total efectividad. Es así como en el estudio de Moñino (2018), concuerda al evaluar la estrategia empleada por estos sitios web señala que estos elementos del marketing son trabajados en conjunto, pero que a su vez existe diferenciación entre ellos y logran imponerse a su competencia ya sea mediante sus formatos o temáticas de publicación siendo así únicas. Los elementos del marketing de contenidos son vitales para ejecutar una estrategia atractiva para los usuarios y que a su vez ese engagement sea en común con todos sus clientes. Es por ello por lo que la Teoría de la convergencia busca que estos gustos en común se vean reflejado en su contenido y que a su vez sea compartido, ya que ello genera que los usuarios se interesen por la página, debido al contenido mostrado. Los expertos señalan que estos elementos deben ser correctamente aprovechados en todo ámbito y a su vez ser monitoreado, ya que algún fallo en estos perjudica la imagen como empresa y marca.

De acuerdo con el objetivo específico 1: Examinar los formatos de publicaciones que realiza la fanpage Global Shop 2020. Se resuelve que la página maneja un contenido variado alternando en los distintos formatos; de los cuales los más resaltantes son los textos con imagen junto a los banners. De esta forma permite que estos formatos se empleen de acuerdo con el contenido que pretende mostrar, esto a su vez se maneja mediante temáticas u otra característica en particular en esto caso artistas, esto logra que los posts lleguen a ser único y evitando que sea monótono ya que al ser una página de venta debe tener constante innovación en sus publicaciones. Esto además concuerda con los resultados planteados por Enriquez y Miranda (2016) en su investigación mixta donde señalan que los formatos de publicación en la fanpage de la

Fashion Blogger son variados y propios de los cuales también emplean los textos con imagen ya que es el más efectivo y además va acorde a la temática según lo que busquen promocionar y a su vez lo maneja con las marcas o concursos, logrando así una interacción y visualización atractiva para el público. Igualmente, con el estudio cualitativo de Moñino (2018) indica que los contenidos empleados en los sitios web de Coca Cola, Red Bulletin y Starbucks son variados y a su vez coinciden en que los tres emplean los textos con imágenes, los cuales son manejados de acuerdo con el mensaje que busquen dar junto con la temática no solo del contenido, sino también el de página para que de esta forma no exista una gran disconformidad, pero a la vez resaltando cada publicación. El correcto empleo de los formatos de publicación se relaciona con la teoría de Tucker de los 4 pilares, ya que lo que se busca es generar contenido de valor identificando que es lo que atrae a los usuarios para así detallar los formatos y temáticas de contenido acorde al mensaje que se busca transmitir logrando una publicación llamativa. Así mismo, los expertos sustentan que una página debe manejar un contenido variado y que debe ir en relación con el rubro en el que se desempeña, además de estar al tanto de las tendencias ya que también puede aplicarse en la página logrando resaltar del resto y sobre todo no siendo ajeno al entorno.

De acuerdo con el objetivo Especifico 2: Evaluar la interactividad que realiza la fanpage Global Shop 2020. Se presenta que la fanpage posee un gran flujo de interactividad, la cual se ve reflejada a través de las reacciones, comentarios y compartidas de post. Es así como las publicaciones muestran números altos en reacciones y que su vez de forma positiva mediante los diferentes emojis que ofrece la plataforma; respecto a los comentarios se apreció que muy pocas publicaciones lograron una gran participación de los usuarios; por último, el número de compartidos evidenció que la participación del público fue alta. De esta manera, la interactividad realizada en la fanpage muestra el interés que causa en los usuarios, así como también su aprobación al contenido ya que de estas tres maneras la participación existe en la página independientemente de lo que se esté compartiendo, es así como la página

muestra que tiene un engagement con su público. En la investigación cuantitativa de Pasache (2018) existe variación ya que muestra que la participación de los usuarios en la fanpage es basada de acuerdo con el contenido publicado y que de ello depende que posea reacciones, comentarios o compartidas de post; siendo así que el compromiso de participación de los usuarios con el contenido no es fijo ya que puede existir post que tengan reacciones pero no comentarios o compartidos y viceversa, su interactividad depende de si su contenido causa interés en el público. Por otro lado, en la investigación cualitativa de Martínez (2017) coincide en tener un gran número de interacciones, en este estudio lo mide mediante tres componentes, que en este caso se rige en base a la temática de contenido siendo así el bloque de autopromoción el más resaltante logrando un alto número de reacciones, comentarios y compartidas de post, lo cual se debe al contenido estructurado mediante series que tengan en tendencia en ese periodo. Es así como la teoría de Nielsen sobre la participación se relaciona ya que la interactividad de la fanpage depende de los usuarios que son consumidores de contenido y que su presencia es vital para la página ya que son constantes y sirven para medir la eficacia del contenido. Los expertos señalan que no solo basta con tener interactividad en la página si no que lo que deben tener como primordial debe ser generar el engagement con los usuarios ya que también transmiten, interactúan y se identifican con el contenido logrando así fidelizar a nuevos usuarios.

De acuerdo con el objetivo 3: Examinar la frecuencia de publicación que realiza la fanpage Global Shop 2020. La página muestra que busca mantener la constancia al momento de postear contenido, de esta forma pretende no dejar ningún día vacío, sin embargo, hay excepciones en que esto no se cumple, por lo cual la periodicidad de publicación es semanal manteniendo así a su público conectado e informado con cosas nuevas y que generan interés a los usuarios. En la investigación cualitativa de Sepúlveda (2016) se ve un contraste ya que se evidencia que la frecuencia de publicación es mínima ya que al estar en el sector de moda solo se realiza post para contenido necesario y relevante,

logrando así muy poco contenido en la página sin mayores detalles, de esta forma es muy difícil tener a los usuarios conectados a la página. Por otro lado, el estudio mixto de Enriquez y Miranda (2016) coincide en que su frecuencia de publicación es diaria en todas sus plataformas, teniendo así a su público totalmente conectado y al tanto de nuevas actualizaciones, esto se evidencia mediante las interacciones realizadas con su contenido. En este caso, la teoría de McLuhan se relaciona ya que se basa en lograr la inmediatez que es lo vital que debe manejar toda página ya que de lo contrario los usuarios acuden a otra fuente ya que no se cumple con las necesidades del público. De esta forma los expertos señalan que la frecuencia de publicación debe ser constante y que una forma de evitar el spam a tu público es fijando días y horarios para realizar las publicaciones, de esta manera se evita el tener la página sin contenido y a su vez al público fidelizado.

De acuerdo con el objetivo 4: Evaluar la temática de publicaciones que utiliza la fanpage Global Shop 2020. La temática se logra en base a los objetivos y público de la página además de la tendencia actual. Es así como la fanpage evidencia tener una temática variada en relación con la promoción que se ofrezca durante ese periodo además del contenido original que prima en la página, de esta forma su temática primordial es netamente publicitario el cual genera interés e impacto visual siguiendo además las fechas de promoción importantes de la temporada. En la investigación mixta de Heredia (2016) coincide ya que señala que la temática se maneja de acuerdo con el mensaje de la propuesta y que se adapta de acuerdo con los formatos, además de utilizar las tendencias actuales para manejar el contenido sin perder su objetivo fundamental. Seguidamente en el estudio mixto de Moñino (2018) también hay similitud ya que la temática realizada está basada mediante sus objetivos como empresa además de emplear tendencias actuales, figuras públicas y se añade su responsabilidad social logrando así reacciones del público y a su vez que el contenido lo vuelvan suyo. La Teoría de Pulizzi y Barret coincide con este planteamiento ya que busca que la estrategia pueda y deba ser aplicada en diferentes temáticas y distintos formatos que se utilicen sin perder su objetivo.

De igual forma, los expertos señalan que la temática se puede adaptar a los distintos acontecimientos que estén en tendencia sin necesidad de perder el mensaje que se busca transmitir, esto logra que la página posea posicionamiento en distintos ámbitos.

De acuerdo con el objetivo 5: Examinar el diseño de página que utiliza la Fanpage Global Shop 2020. El diseño que posea la Fanpage debe ser visualmente llamativo al público a su vez de emplear correctamente las herramientas que otorga Facebook. De esta manera la página evidencia en base al color una gama en tonos pastel, por lo cual no se estanca en un solo color si no varía con las tonalidades, en este caso lo único que no cambia es la imagen de perfil en contraste con la de portada que mensualmente se renueva. Otro punto que resalta es la publicación fija la cual predomina en relación con lo más llamativo que surja durante el mes y que en su totalidad es lo más atrayente de la página. Siguiendo así, los botones de mensaje resaltan en la Fanpage primeramente los chatbots que aparece automáticamente al acceder a la página dando así la opción de un contacto directo, luego en la parte superior está el botón de call to action que en este caso indica comprar el cual automáticamente redirecciona a la web para seleccionar el artículo de interés. En la investigación mixta de Moñino (2018) existe diferencia ya que en sus diseños web buscan cumplir con los colores representativos, pero estos se ven alterados con relación a los call to action ya que, al hacerlos visualmente llamativos se cambia la estructura de color manejada, así mismo emplean elementos como imágenes para captar visibilidad los cuales no tienen gran efectividad. Siguiendo con el estudio cualitativo de Martínez (2017) si hay una breve semejanza ya que la plataforma web maneja una sola gama de color la cual se cumple con la fotografía de perfil y portada, sin embargo, con el contenido existe diferenciación ya que se maneja de acuerdo con el contenido y la figura de publicidad de acuerdo con la temática, esta variación se ve representada mediante fotos, videos, entre otros. Es así como la teoría de Teece señala que la estructura que se maneje en la web debe llevar concordancia, es por ello por lo que se debe monitorear constantemente para

así identificar oportunidades, gestionar amenazas y reconfigurar la plataforma. Los expertos señalan que la cromática que se recomienda manejar se debe manejar a base de lo que se promociona y no necesariamente situarse en uno, tener un correcto manejo de la gráfica no solo del mercado si no de lo que se busca representar.

VI. CONCLUSIONES

En la presente investigación, “Análisis del Marketing de Contenidos de la Fanpage de la Empresa Global Shop, 2020” se concluyó lo siguiente:

En relación con los elementos del marketing de contenido que destacan en la fanpage Global Shop vienen a surgir los formatos de publicaciones ya que estos son los contenidos que predominan, la interactividad que es la participación de los usuarios con la página, la frecuencia de publicación ya que en ello se maneja la periodicidad de posteo en la fanpage, la temática de publicación que se rige de acuerdo al objetivo como empresa y logros a conseguir y por último el diseño de página que es la imagen que se da al público y genera atención, todo ello en un correcto uso hace que la página sea exitosa.

De acuerdo con los formatos de publicaciones realizados por la fanpage se evidenció el uso de formatos variados y que, además son empleados en base a lo que se está lanzando en ese periodo, por lo tanto, cada formato utilizado es único y novedoso. Así mismo, se resalta que sus formatos más empleados son los banners junto a los textos con imágenes ya que tuvieron mayor éxito.

La interactividad de la página se manifestó mediante las reacciones, comentarios y compartidos de post, donde las reacciones fueron las más resaltantes, siguiendo por los comentarios de los usuarios y compartidos de post. Sin embargo, también se evidenció que la página no realiza ningún tipo de feedback con los usuarios ya que no existe respuesta a los comentarios manifestados.

Respecto a la frecuencia de publicación realizado por la fanpage se muestra la constancia por tener contenido por lo cual logran engagement con los usuarios, sin embargo, se halló días donde no se colocó ningún post. Además, se identificó que no tienen fijado días para postear contenido si no es realizado de manera aleatoria de acuerdo con el contenido que busquen mostrar.

Referente a la temática de publicación utilizada por la fanpage se evidenció que la mayor parte de su contenido es publicitario, ya que al ser una

página de merchadasing su objetivo principal es vender y a través de su plataforma busca darle un valor agregado, así mismo, su contenido es original ya que esta cuenta con su propia producción y no requiere utilizar contenido externo, por último, el contenido informativo solo es empleado para detalles de interés de todo público.

La página emplea de manera beneficiosa las herramientas de la plataforma para su diseño, es así como los chatbots y los call to action son primordiales en su página y son posicionados para vista de todos los usuarios al igual que su publicación fija que cambia constantemente. La gama de colores utilizada es en tonos pasteles los cuales se evidencia en sus publicaciones y que además permite la variación y no centrarse en un solo color. Esto permite que la pagina sea visualmente atractiva para los usuarios.

VII. RECOMENDACIONES

Para estudiar el marketing de contenido de una fanpage se recomienda realizar un estudio de enfoque cualitativo ya que servirá para observar minuciosamente las cualidades del objeto de estudio. Así mismo, emplear el instrumento de guía de observación donde se plasme los componentes a examinar de manera detallada, ya que ello permitirá un análisis efectivo.

De igual forma para un estudio de marketing de contenido en fanpage, se puede plantear un estudio a profundidad en base a las temáticas de publicación y los tonos de publicación los cuales pueden ser clasificados mediante bloques y dará una mayor profundidad al análisis empleado.

Se recomienda para un correcto posicionamiento de marca establecer un buen plan de marketing de contenidos, ya que con ello se logra establecer cuáles serán los puntos fuertes para tocar y así mismo evaluar constantemente los resultados que obtenga para una mejoría o cambio en la estrategia. Así mismo, saber aprovechar beneficiosamente las herramientas que brinda las redes sociales para hacer la web más dinámica y agradable para los usuarios.

Si bien el marketing de contenido empleado por la fanpage Global Shop es manejado de forma adecuada y muestra resultados favorables, se recomienda tener una mayor interacción con su público para así poder lograr un mejor feedback, lo cual será beneficioso para sus objetivos como empresa y a su vez generar una mayor cantidad de clientes fidelizados.

Otro punto para resaltar y tener en cuenta para la mejoría de la página es enfatizar en la utilización de videos como contenido de sus post, ya que visualmente son más llamativos y genera mayor interés de los usuarios, lo que hará que el contenido sea compartido y llegue a una considerable cantidad de personas logrando un mayor flujo de seguidores en la fanpage.

Por último, se recomienda que la fanpage realice una mayor cantidad de estrategias en relación con sorteos, promociones y/o descuentos ya que ello permite aumentar el engagement con los clientes ya fidelizados y la captación

de nuevos usuarios, lo que a su vez logra mayor interacción con la página y hará ver el contenido más interesante.

REFERENCIAS

Abad, G. (2019) *Informe De Internet Digital Marketing*.

<https://www.gfk.com/es-pe/insights/press-release/informe-de-internet-digital-marketing-toolkit-peru/>

Caldevilla, D (2008, julio) *El nuevo modelo global de comunicación a partir de las redes sociales y TT.II.CC.* (16)

<https://doi.org/10.15198/seeci.2008.16.115-145>

Comex Perú. (2017, 11 de septiembre). *Viento en popa para el E-commerce*.

<https://www.comexperu.org.pe/articulo/viento-en-popa-para-el-ecommerce>

Du Plessis, C., (2017) *The role of content marketing in social media content communities*, South African Journal of Information Management 19(1), a866.

<https://doi.org/10.4102/sajim.v19i1.866>

Duc, M (2013) *Content Marketing*. Tesis de Licenciatura. Haaga-Helia University of Applied Sciences. Repositorio institucional Haaga-Helia.

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/62104/Duc_LE.pdf;jsessionid=2A026F3EF29F7E9CCB05AD041D391451?sequence=1

Enriquez, E. y Miranda, L. (2016). *“Influencia Del Marketing De Contenidos De La Fashion Blogger Peruana Tana Rendón En La Fidelización Con Su Comunidad En Su Página De Facebook Le Coquelicot Entre Enero Y Agosto Del 2016”*. Tesis para Licenciatura. Repositorio Institucional UPAO.

http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2495/1/RE_COMU_EYMI.ENRIQUEZ_LUCIA.MIRANDA_INFLUENCIA.DEL.MARKETING.DE.CONTENIDOS.DE.LA.FASHION_DATOS.pdf

Erazo Jiménez, María Soledad (2011). *Rigor científico en las prácticas de investigación cualitativa*. Ciencia, Docencia y Tecnología. ISSN: 0327-5566.

<https://www.redalyc.org/pdf/145/14518444004.pdf>

Gfk (2017, diciembre) *El Marketing de Contenidos en el Perú 2017*.

https://lavacamu.pe/www/wp-content/uploads/Informe-NED_MU-GFK-2017-171205.pdf

Heredia, M. y Regalado, Víctor. (2016) “*Análisis De Contenido De La Página De Facebook De La Empresa Ad Y L Consulting 2016*”. Tesis para Licenciatura. Repositorio Institucional USS.

<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4121/Heredia%20-%20Regalado%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Iankova, S., Davies, I., Archer-Brown, C., Marder, B., & Yau, A. (2018). *A comparison of social media marketing between B2B, B2C and mixed business models*. Industrial Marketing Management.

<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.01.001>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017). *Hogares según cobertura de las tecnologías de información y comunicación*.

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/cap07.pdf

Ipsos Perú. (2017). *Perfil de usuario de Redes Sociales*.

https://www.ipsos.com/sites/default/files/2017-06/ipsos_redessociales_0.pdf

Kemp, S (2019, 30 de enero). *Digital 2019: Global Internet Use Accelerates*.

<https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>

Lacka, E., & Chong, A. (2016). *Usability perspective on social media sites' adoption in the B2B context*. Industrial Marketing Management

<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2016.01.001>

Liu, Y., Foscht, T., Eisingerich, A. B., & Tsai, H.-T. (2018). *Strategic management of product and brand extensions: Extending corporate brands in B2B vs. B2C markets*. Industrial Marketing Management

<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.12.016>

Martinez, A. (2017) *“La Importancia Del Marketing De Contenidos Para Netflix: Un Análisis De Su Página Oficial De Facebook”*. Tesis para Licenciatura. Repositorio institucional RUA.

https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/67697/1/La_importancia_del_marketing_de_contenidos_para_N_JUAN_MARTINEZ_ALICIA_MARIA.pdf

Meoniz, C (2017) *Branded content : el contenido es el rey. Generar engagement en emprendimientos a través de redes sociales*. Tesis de Licenciatura. Repositorio institucional USAL

https://racimo.usal.edu.ar/5435/1/Meoniz_Carolina.compressed.pdf

Moñino, A. (2018) *“Análisis de casos de content marketing: Coca-Cola Journey, Red Bulletin y 1912 Pike”* Tesis para Maestría. Repositorio Institucional UPB

<https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/3746/An%C3%A1lisis%20de%20casos%20de%20content%20marketing.pdf?sequence=1>

Monje, C. (2011) *Metodología de la investigación Cuantitativa y Cualitativa Guía Didáctica*

<https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Nielsen, J (2006, octubre) *The 90-9-1 Rule for Participation Inequality in Social Media and Online Communities*.

<https://www.nngroup.com/articles/participation-inequality/>

Pasache, L. (2018) *“Nivel De Interactividad De Las Publicaciones Del Fanpage “Beauty Secrets”, Setiembre A Octubre De 2018”*. Tesis para Licenciatura. Repositorio institucional UNP.

<http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1799/EDU-PAS-FAC-19.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pulizzi, J (2014). *Epic Content Marketing*. New York: McGraw-Hill Education

<https://www.nima.today/wp-content/uploads/2018/11/Epic-Content-Marketing-How-To-Tell-A-Different-Story-Break-Through-The-Clutter-And-Win-More-Customers-By-Marketing-Less.pdf>

Pulizzi, J y Barret, N (2009) *Get content, get customers: Turn prospects into buyers with content marketing*. 1st edition. McGraw-Hill.

<https://www.nima.today/wp-content/uploads/2018/11/Get-Content-Get-Customers-Joe-Pulizzi-And-Newt-Barrett.pdf>

Sepúlveda, M (2016) “*Uso Del Marketing De Contenidos Como Herramienta De Promoción En Las Empresas De Moda Venezolanas*”. Tesis de Grado. Repositorio institucional UCAB

<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAT3904.pdf>

Saavedra, Felipe Uribe, & Rialp Criado, Josep, & Llonch Andreu, Joan (2013). *El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial*. Cuadernos de Administración. ISSN: 0120-3592.

<https://www.redalyc.org/pdf/205/20531182009.pdf>

Sivera, S (2014) “*Marketing viral: claves creativas de la viralidad publicitaria*”. Tesis Doctoral. Repositorio Institucional TDX

<https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/247406/Tesis%20S%c3%adlvi%20Sivera%20Bello.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Tucker, T. (2013, 29 de junio). *A framework for content marketing strategy: Defining the four pillars of successful content*.

<https://www.smartinsights.com/content-management/content-marketing-strategy/a-framework-for-content-marketing-strategy/>

Vrontis, D., Thrassou, A., & Amirkhanpour, M. (2017). *B2C smart retailing: A consumer-focused value-based analysis of interactions and synergies. Technological Forecasting and Social Change*.

<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.10.064>

Wang, W.-L., Malthouse, E. C., Calder, B., & Uzunoglu, E. (2017). *B2B content marketing for professional services: In-person versus digital contacts*. *Industrial Marketing Management*.

<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.11.006>

Wong, A; Yazdanifard, R (2015) *The Review of Content Marketing as a New Trend in Marketing Practices*. Vol. 2, No. 9

http://www.ijmae.com/files/accepted/302_final.pdf

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ APRIORÍSTICA

Ámbito Temático	Problema de Investigación	Preguntas de Investigación	Objetivos General	Objetivos Específicos	Categorías	Subcategorías
Marketing y Publicidad	¿Cuál son los elementos del marketing de contenidos que destacan de la fanpage Global Shop 2020?	¿Cuáles son los formatos de publicaciones que realiza en su fanpage Global Shop 2020?	Analizar los elementos del marketing de contenidos que destacan en la fanpage Global Shop 2020.	Examinar los formatos de publicaciones que realiza en su fanpage Global Shop 2020	Marketing de Contenidos	Formatos de Publicación
		¿Cuál es la interactividad que realiza la fanpage Global Shop 2020?		Evaluar la interactividad que realiza la fanpage Global Shop 2020		Interactividad
		¿Cuál es la frecuencia de publicación que realiza la fanpage Global Shop 2020?		Examinar la frecuencia de publicación que realiza la fanpage Global Shop 2020		Frecuencia de Publicación
		¿Cuál es la temática de publicaciones que utiliza la fanpage Global Shop 2020?		Evaluar la temática de publicaciones que utiliza la fanpage Global Shop 2020		Temática de Publicación
		¿Cuál es el diseño de página que utiliza la fanpage Global Shop 2020?		Examinar el diseño de página que utiliza la fanpage Global Shop 2020		Diseño de Página

ANEXO 2: INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Guía de Observación

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias		
		Acorde a la publicación		
	Videos	Complementa el post		
		Se encuentra en el feed		
	Banners	Usados como post		
Acompañamiento de texto				
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios	
		Interés del público	Supera 100 comentarios	
	Reacciones	Diferentes reacciones	    	
		Nivel de aprobación	 	
	Compartidos	Alcance de la página	50 compartidos	
		Alto número	Supera 100 compartidos	
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera engagement		
		Contenido de valor		
	Semanal	Actualización constante		
		Mayor visibilidad		
Mensual	spam			
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante		
		Interés		
	Contenido Informativo	Interés		
		Específico		
	Contenido Propio	Propia autoría		
		Producción		
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
Diseño de Página	Color	Representativo		
		Usado en Publicaciones		
	Foto de Portada	Identifica		
		Promoción		
	Publicación Fija	Timeline		
		Impacto visual		
Botón de Mensaje	Chatbots			
		Call to Action		

Ficha de Recolección de Datos

TÍTULO DEL MENSAJE							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
	Total						
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					

ANEXO 3: Validación de Instrumento



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Sánchez Vega Carmen Carolina

Título y/o Grado:

Ph. D.....() Doctor...() Magister...() Licenciado....() Otros. Especifique

Universidad que labora: César Vallejo

Fecha: 06/11/19

MARKETING DE CONTENIDOS DE LA FANPAGE GLOBAL SHOP 2020

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	<input checked="" type="checkbox"/>		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	<input checked="" type="checkbox"/>		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
9	¿Las preguntas son las necesarias y no se requiere agregar alguna más?	<input checked="" type="checkbox"/>		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
TOTAL				

SUGERENCIAS: _____

Firma del experto:

Carmen Carolina Sánchez Vega
Nombres y apellidos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: MARKETING DE CONTENIDOS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones
		SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
	Dimensión 1: Formato de Publicaciones							
1	La página utiliza imágenes propias	X		X		X		
2	Las imágenes usadas son acordes a la publicación	X		X		X		
3	Presenta videos para complementar la publicación	X		X		X		
4	Se encuentra fácilmente videos en el feed de la página	X		X		X		
5	Usa banners para realizar post en la fanpage	X		X		X		
6	Los banners que postean son acompañados por textos	X		X		X		
	Dimensión 2: Interactividad							
7	Las publicaciones obtienen gran número comentarios	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
8	Los comentarios muestran el interés del público	X		X		X		
9	Se encuentran diferentes reacciones en el contenido	X		X		X		
10	Las reacciones muestran el nivel de aprobación del contenido por lo seguidores	X		X		X		
11	Los compartidos muestra el alcance de la página	X		X		X		
12	Los post generan alto número de compartidos	X		X		X		
	Dimensión 3: Frecuencia de Publicación							
13	Actualiza la página constantemente durante la semana	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
14	Los post publicados presentan contenido de valor	X		X		X		
15	La frecuencia de los post gana mayor visibilidad	X		X		X		
16	La periodicidad de los contenidos no genera spam	X		X		X		
17	Las publicaciones diarias generan engagement con los usuarios	X		X		X		
	Dimensión 4: Temática de Publicación							
18	Realiza contenido publicitario de manera constante	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
19	El contenido publicitario causa interés de los seguidores	X		X		X		
20	Brinda contenido informativo de interés de sus seguidores	X		X		X		
21	El contenido informativo publicado es específico para los seguidores	X		X		X		
22	Los post son de propia autoría	X		X		X		
23	Muestran producción en sus publicaciones	X		X		X		
	Dimensión 5: Diseño de página							
24	La foto de portada identifica a la empresa	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
25	Emplea promoción en sus portadas	X		X		X		
26	Se muestra en el timeline las publicaciones fijas	X		X		X		
27	Las publicaciones fijas tienen gran impacto visual	X		X		X		
28	La fanpage utiliza los chatbots	X		X		X		

29	La página utiliza el botón de mensaje como call to action	X		X			
30	La página tiene un color representativo	X		X		X	
31	El color base es usado en sus publicaciones	X		X		X	

OBSERVACIONES (Precisar si hay suficiencia): _____

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICABLE (X) NO APLICABLE ()

APELLIDOS Y NOMBRES DEL JUEZ VALIDADOR: Dr. / Mg. Sánchez Vega Carmen Carolina

Especialidad: Periodismo y

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE:

FECHA: 08/11/19

Marketing Digital



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Bellodas Hurtado, Mary Dorys

Título y/o Grado:

Ph. D.....() Doctor..() Magister....() Licenciado...() Otros. Especifique

Universidad que labora: UCV

Fecha: 11/11/19

MARKETING DE CONTENIDOS DE LA FANPAGE GLOBAL SHOP 2020

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	✓		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	✓		
9	¿Las preguntas son las necesarias y no se requiere agregar alguna más?	✓		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL				

SUGERENCIAS _____

Mary Dorys Bellodas
Firma del Experto

Mary Dorys Bellodas Hurtado
Nombres y apellidos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: MARKETING DE CONTENIDOS

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Dimensión 1: Formato de Publicaciones							
1	La página utiliza imágenes propias	✓		✓		✓		
2	Las imágenes usadas son acordes a la publicación	✓		✓		✓		
3	Presenta videos para complementar la publicación	✓		✓		✓		
4	Se encuentra fácilmente videos en el feed de la página	✓		✓		✓		
5	Usa banners para realizar post en la fanpage	✓		✓		✓		
6	Los banners que postean son acompañados por textos	✓		✓		✓		
	Dimensión 2: Interactividad	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
7	Las publicaciones obtienen gran número de comentarios	✓		✓		✓		
8	Los comentarios muestran el interés del público	✓		✓		✓		
9	Se encuentran diferentes reacciones en el contenido	✓		✓		✓		
10	Las reacciones muestran el nivel de aprobación del contenido por lo seguidores	✓		✓		✓		
11	Los compartidos muestra el alcance de la página	✓		✓		✓		
12	Los post generan alto número de compartidos	✓		✓		✓		
	Dimensión 3: Frecuencia de Publicación	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
13	Actualiza la página constantemente durante la semana	✓		✓		✓		
14	Los post publicados presentan contenido de valor	✓		✓		✓		
15	La frecuencia de los post gana mayor visibilidad	✓		✓		✓		
16	La periodicidad de los contenidos no genera spam	✓		✓		✓		
17	Las publicaciones diarias generan engagement con los usuarios	✓		✓		✓		
	Dimensión 4: Temática de Publicación	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
18	Realiza contenido publicitario de manera constante	✓		✓		✓		
19	El contenido publicitario causa interés de los seguidores	✓		✓		✓		
20	Brinda contenido informativo de interés de sus seguidores	✓		✓		✓		
21	El contenido informativo publicado es específico para los seguidores	✓		✓		✓		
22	Los post son de propia autoría	✓		✓		✓		
23	Muestran producción en sus publicaciones	✓		✓		✓		
	Dimensión 5: Diseño de página	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
24	La foto de portada identifica a la empresa	✓		✓		✓		
25	Empieza promoción en sus portadas	✓		✓		✓		
26	Se muestra en el timeline las publicaciones fijas	✓		✓		✓		
27	Las publicaciones fijas tienen gran impacto visual	✓		✓		✓		
28	La fanpage utiliza los chatbots	✓		✓		✓		

29	La página utiliza el botón de mensaje como call to action	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30	La página tiene un color representativo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
31	El color base es usado en sus publicaciones	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

OBSERVACIONES (Precisar si hay suficiencia): _____

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICABLE () APLICABLE DESPUÉS DE CORREGIR () NO APLICABLE ()
 APELLIDOS Y NOMBRES DEL JUEZ VALIDADOR: Dr. / Mg. Bellón Hurtado, Mary Doris Especialidad: Comunicación
 FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE: [Firma] FECHA: 11.11.19



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Bonilea Karina Kingsley Jonathan

Título y/o Grado:

Ph. D.....() Doctor...() ~~Magister...~~() Licenciado...() Otros. Especifique

Universidad que labora: CESAR VALLEJO

Fecha: 14/11/19

MARKETING DE CONTENIDOS DE LA FANPAGE GLOBAL SHOP 2020

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems marcando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la pertinencia de las preguntas y la calidad organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		Porque van las del no
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Las preguntas son las necesarias y no se requiere agregar alguna más?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS: Todo OK ✓

Firma del experto:

Bonilea Karina Kingsley Jonathan
Nombres y apellidos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: MARKETING DE CONTENIDOS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Dimensión 1: Formato de Publicaciones							
1	La página utiliza imágenes propias	X		X				(SI)
2	Las imágenes usadas son acordes a la publicación	X		X		X		
3	Presenta videos para complementar la publicación	X		X		X		
4	Se encuentra fácilmente videos en el feed de la página	X		X		X		
5	Usa banners para realizar post en la fanpage	X		X		X		
6	Los banners que postean son acompañados por textos	X		X		X		
	Dimensión 2: Interactividad	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
7	Las publicaciones obtienen gran número comentarios	X		X		X		
8	Los comentarios muestran el interés del público	X		X		X		(SI)
9	Se encuentran diferentes reacciones en el contenido	X		X		X		
10	Las reacciones muestran el nivel de aprobación del contenido por lo seguidores	X		X		X		
11	Los compartidos muestra el alcance de la página	X		X		X		
12	Los post generan alto número de compartidos	X		X		X		
	Dimensión 3: Frecuencia de Publicación	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
13	Actualiza la página constantemente durante la semana	X		X		X		
14	Los post publicados presentan contenido de valor	X		X		X		
15	La frecuencia de los post gana mayor visibilidad	X		X		X		
16	La periodicidad de los contenidos no genera spam	X		X		X		
17	Las publicaciones diarias generan engagement con los usuarios	X		X		X		
	Dimensión 4: Temática de Publicación	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
18	Realiza contenido publicitario de manera constante	X		X		X		
19	El contenido publicitario causa interés de los seguidores	X		X		X		
20	Brinda contenido informativo de interés de sus seguidores	X		X		X		
21	El contenido informativo publicado es específico para los seguidores	X		X		X		
22	Los post son de propia autoría	X		X		X		
23	Muestran producción en sus publicaciones	X		X		X		(SI)
	Dimensión 5: Diseño de página	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
24	La foto de portada identifica a la empresa	X		X		X		
25	Emplea promoción en sus portadas	X		X		X		
26	Se muestra en el timeline las publicaciones fijas	X		X		X		
27	Las publicaciones fijas tienen gran impacto visual	X		X		X		
28	La fanpage utiliza los chatbots	X		X		X		

29	La página utiliza el botón de mensaje como call to action	X			X	
30	La página tiene un color representativo	X		X	X	
31	El color base es usado en sus publicaciones	X		X	X	

OBSERVACIONES (Precisar si hay suficiencia): _____

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICABLE (X) APLICABLE DESPUÉS DE CORREGIR () NO APLICABLE ()
 APELLIDOS Y NOMBRES DEL JUEZ VALIDADOR: Dr./Mg.: WINGSLEY DONCO KRENNAN Especialidad: PARADARISTA
 FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE: [Signature] FECHA: 12/11/19

ANEXO 4: Capturas de la Fanpage Global Shop julio – diciembre 2019

Contenido 1:

SM Global Shop
12 de julio de 2019 · 🌐

👉 Official NCT Merchandise & Accessories 👉
👉 Throw it back this summer with some NCT 127 & NCT DREAM accessories and merchandise! 🎉

Shop 🛒 smglobalshop.com/collections/nct
Ver traducción



The graphic features a bright green background with the 'NCT' logo in large, white, outlined letters at the top center. Below the logo, the text 'MERCHANDISE & ACCESSORIES' is written in white on a dark green rounded rectangle. Underneath, the promotional text 'Throw it back this summer with some NCT 127 & NCT DREAM accessories and merchandise' is displayed. The central focus is a large white circle containing a cityscape illustration. Below this are six smaller white circles, each showcasing a different merchandise item: two white smartphones with black and yellow accents, a red smartphone with a black NCT logo, a collection of colorful pins, a set of pins on a corkboard, and a set of character cards.

SM Global Shop
Servicio de comercialización

Comprar

👍❤️ 176 mil 96 comentarios 116 veces compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓)		
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias				
		Acorde a la publicación				
	Videos	Complementa el post				
		Se encuentra en el feed				
	Banners	Usados como post			✓	
Acompañó de texto				✓		
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓)		
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios	X		
		Interés del público	Supera 100 comentarios	X		
	Reacciones	Diferentes reacciones				✓
		Nivel de aprobación				✓
	Compartidos	Alcance de la página	50 compartidos			✓
		Alto número	Supera 100 compartidos			✓
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓)		
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera engagement				
		Contenido de valor				
	Semanal	Actualización constante				
		Mayor visibilidad				
	Mensual	spam				
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓)		
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante				
		Interés			✓	
	Contenido Informativo	Interés				✓
		Específico				
	Contenido Propio	Propia autoría				✓
		Producción				
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓)		
Diseño de Página	Color	Representativo				
		Usado en Publicaciones				
	Foto de Portada	Identifica				
		Promoción				
	Publicación Fija	Timeline				
		Impacto visual				
	Botón de Mensaje	Chatbots				
Call to Action						

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
👉 Official NCT Merchandise & Accessories 👉							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
12 de julio 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
👉 Official NCT Merchandise & Accessories 👉 👛 Throw it back this summer with some NCT 127 & NCT DREAM accessories and merchandise! 👛							
Shop 📍 smglobalshop.com/collections/nct							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
					X		
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		96			-		
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		173 mil	2,2 mil	44	15	3	345
	Total	176 mil					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		116					

Contenido 2:

SM Global Shop
18 de julio de 2019 · 🌐

🔥 Brand New Product Alert 🔥
Say hello to these adorable new items ft. #SHINee and #NCT127 now available at SM Global Shop today!
Shop Link 📍 smglobalshop.com
Ver traducción

👍❤️ 46 mil 97 comentarios 172 veces compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) O (✓)		
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias			✓	
		Acorde a la publicación			✓	
	Videos	Complementa el post				
		Se encuentra en el feed				
	Banners	Usados como post				
Acompañó de texto						
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) O (✓)		
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios	X		
		Interés del público	Supera 100 comentarios	X		
	Reacciones	Diferentes reacciones				✓
		Nivel de aprobación				✓
	Compartidos	Alcance de la página	50 compartidos			✓
		Alto número	Supera 100 compartidos			✓
	FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) O (✓)	
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera engagement				
		Contenido de valor				
	Semanal	Actualización constante				
		Mayor visibilidad				
	Mensual	spam				
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) O (✓)		
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante				
		Interés			✓	
	Contenido Informativo	Interés				✓
		Específico				✓
	Contenido Propio	Propia autoría				✓
		Producción				✓
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) O (✓)		
Diseño de Página	Color	Representativo				
		Usado en Publicaciones				
	Foto de Portada	Identifica				
		Promoción				
	Publicación Fija	Timeline				
		Impacto visual				
	Botón de Mensaje	Chatbots				
		Call to Action				

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TÍTULO DEL MENSAJE							
🔥 Brand New Product Alert 🔥							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
18 de julio 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
🔥 Brand New Product Alert 🔥 Say hello to these adorable new items ft. #SHINee and #NCT127 now available at SM Global Shop today! Shop Link 📄 smglobalshop.com							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
				X			
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		97			-		
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		44 mil	1,8 mil	22	15	1	230
	Total	46 mil					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		172					

Contenido 3:



FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
Cambio de foto de portada							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
26 de julio 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
Cambio de foto de portada, no cuenta con alguna descripción por parte de la empresa con relación a la nueva foto de portada							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
			X				
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		35			-		
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		1,1 mil	684	2	-	1	18
	Total	87 mil					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		22					

Contenido 4:



SM Global Shop
2 de agosto de 2019 · 🌐

⋮

🔥 Brand New #SMBM Products ft. #NCT127 and their latest album 'WE ARE SUPERHUMAN' 🔥

Shop Link 📌 smglobalshop.com

Ver traducción






👍❤️😮 18 mil

💬 68 comentarios
🔄 266 veces compartido

👍 Me gusta
💬 Comentar
🔄 Compartir

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) Ó (✓)		
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias			✓	
		Acorde a la publicación			✓	
	Videos	Complementa el post				
		Se encuentra en el <u>feed</u> .				
	Banners	Usados como post				
Acompañó de texto						
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) Ó (✓)		
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios	X		
		Interés del público	Supera 100 comentarios	X		
	Reacciones	Diferentes reacciones	👍👎👏👤			✓
		Nivel de aprobación	👍👎			✓
	Compartidos	Alcance de la página	50 compartidos			✓
		Alto número	Supera 100 compartidos			✓
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) Ó (✓)		
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera <u>engagement</u> .				
		Contenido de valor				
	Semanal	Actualización constante				
		Mayor visibilidad				
Mensual	spam					
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) Ó (✓)		
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante				
		Interés			✓	
	Contenido Informativo	Interés				✓
		Específico				
	Contenido Propio	Propia autoría				✓
Producción					✓	
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) Ó (✓)		
Diseño de Página	Color	Representativo				
		Usado en Publicaciones				
	Foto de Portada	Identifica				
		Promoción				
	Publicación Fija	Timeline				
		Impacto visual				
Botón de Mensaje	<u>Chatbots</u>					
	<u>Call to Action</u>					

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
🔥 Brand New #SMBM Products ft. #NCT127 and their latest album 'WE ARE SUPERHUMAN' 🔥							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
2 de agosto 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
🔥 Brand New #SMBM Products ft. #NCT127 and their latest album 'WE ARE SUPERHUMAN' 🔥							
Shop Link: smglobalshop.com							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
				X			
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		68					
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		15 mil	3,3 mil	17	9	3	305
	Total	18 mil					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		266					

Contenido 5:



SM Global Shop
8 de agosto de 2019

🔥 SuperM, The Avengers of K-POP 🔥
Made up of SHINee's TAEVIN, EXO's BAEKHYUN and KAI, NCT 127's TAEYONG and MARK, WayV's LUCAS and TEN!
New music, New performance, New formation 🎵
Check out this new wave in kpop 🌊
#SuperM #TAEVIN #BAEKHYUN #KAI #TAEYONG #MARK #LUCAS #TEN #SMEntertainment
Ver traducción

👍❤️👍 3,2 mil 81 comentarios
135 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Más relevantes

Samjhana Hitang love 🇧🇩 bts
Me gusta Responder Ver traducción 27 sem

Eriya Kim We are sorry Kai and Baek. We understand you will be overworked come October. We understand if you leave EXPLORATION in the middle of tour. Sorry if you have to endure another phase of humiliation again. You guys shouldnt have to go through this stage ... Ver más

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) Ó (✓)		
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias			✓	
		Acorde a la publicación			✓	
	Videos	Complementa el post				
		Se encuentra en el feed				
Banners	Usados como post					
	Acompañó de texto					
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) Ó (✓)		
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios	X		
		Interés del publico	Supera 100 comentarios	X		
	Reacciones	Diferentes reacciones	    			✓
		Nivel de aprobación	 			✓
	Compartidos	Alcance de la pagina	50 compartidos			✓
		Alto número	Supera 100 compartidos			✓
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) Ó (✓)		
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera engagement				
		Contenido de valor				
	Semanal	Actualización constante				
		Mayor visibilidad				
Mensual	spam					
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) Ó (✓)		
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante				
		Interés			✓	
	Contenido Informativo	Interés			✓	
		Específico				
	Contenido Propio	Propia autoría			✓	
Producción						
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) Ó (✓)		
Diseño de Página	Color	Representativo				
		Usado en Publicaciones				
	Foto de Portada	Identifica				
		Promoción				
	Publicación Fija	Timeline				
		Impacto visual				
Botón de Mensaje	Chatbots					
	Call to Action					

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) Ó (✓)	
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias			✓
		Acorde a la publicación			✓
	Videos	Complementa el post			
		Se encuentra en el <u>feed</u>			
	Banners	Usados como post			
Acompañó de texto					
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) Ó (✓)	
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios		✓
		Interés del público	Supera 100 comentarios		✓
	Reacciones	Diferentes reacciones	    		✓
		Nivel de aprobación	 		✓
	Compartidos	Alcance de la página	50 compartidos		✓
		Alto número	Supera 100 compartidos		✓
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) Ó (✓)	
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera <u>engagement</u>			
		Contenido de valor			
	Semanal	Actualización constante			
		Mayor visibilidad			
Mensual	spam				
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) Ó (✓)	
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante			
		Interés			✓
	Contenido Informativo	Interés			✓
		Específico			
Contenido Propio	Propia autoría			✓	
	Producción				
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) Ó (✓)	
Diseño de Página	Color	Representativo			
		Usado en Publicaciones			
	Foto de Portada	Identifica			
		Promoción			
	Publicación Fija	Timeline			
		Impacto visual			
Botón de Mensaje	<u>Chatbots</u>				
	<u>Call to Action</u>				

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
🔥 Are you ready for this? RedVelvet Mini Album 'The ReVe Festival' Day2							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
12 de agosto 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
🔥 Are you ready for this? RedVelvet Mini Album 'The ReVe Festival' Day2 PRE-ORDER available on @SMGlobalShop 🇵🇪❤️ Shop Link 📄 smglobalshop.com							
#RedVelvet #YERI #JOY #WENDY #SEULGI #IRENE #RVF #TheReVeFestivalDay2 #RedVelvetalbum #smglobalshop #SGS #kpop #kpopgoods							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
				x			
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		108			-		
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		97 mil	7,6 mil	49	21	4	1,2 mil
	Total	106 mil					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		402					

Contenido 7:

 **SM Global Shop** está aquí: Downtown Los Angeles. ⋮

19 de agosto de 2019 · Los Ángeles, Estados Unidos de América · 🌐

🔥 'The ReVe Festival' Day 2 is coming soon. ❤️ Get ready to be excited! Let's the beat drop. 🎧 Umpah Umpah!
#RedVelvet #RVF #TheReVeFestivalDay2 #UmpahUmpah #Carpool #LovesTheWay #Jumpin' #LadiesNight #EyesLockedHandsLocked #YERI #JOY #WENDY #SEULGI #IRENE #RedVelvetalbum @ Downtown Los Angeles

[Ver traducción](#)




 960 35 comentarios 14 veces compartido

 Me gusta
 Comentar
 Compartir

[Todos los comentarios ▾](#)

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓)		
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias			✓	
		Acorde a la publicación			✓	
	Videos	Complementa el post				
		Se encuentra en el feed				
	Banners	Usados como post				
Acompañó de texto						
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓)		
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios	X		
		Interés del público	Supera 100 comentarios	X		
	Reacciones	Diferentes reacciones	    			✓
		Nivel de aprobación	 			✓
	Compartidos	Alcance de la pagina	50 compartidos	X		
		Alto número	Supera 100 compartidos	X		
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓)		
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera <u>engagement</u>				
		Contenido de valor				
	Semanal	Actualización constante				
		Mayor visibilidad				
	Mensual	spam				
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓)		
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante				
		Interés				
	Contenido Informativo	Interés			✓	
		Específico			✓	
	Contenido Propio	Propia autoría			✓	
Producción			✓			
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓)		
Diseño de Página	Color	Representativo				
		Usado en Publicaciones				
	Foto de Portada	Identifica				
		Promoción				
	Publicación Fija	Timeline				
		Impacto visual				
	Botón de Mensaje	<u>Chatbots</u>				
<u>Call to Action</u>						

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
🔥 'The ReVe Festival' Day 2 is coming soon.							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
19 de agosto 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
🔥 'The ReVe Festival' Day 2 is coming soon. ❤️ Get ready to be excited! Let's the beat drop. 🎧 Umpah Umpah! #RedVelvet #RVF #TheReVeFestivalDay2 #UmpahUmpah #Carpool #LovesTheWay #Jumpin' #LadiesNight #EyesLockedHandsLocked #YERI #JOY #WENDY #SEULGI #IRENE #RedVelvetalbum @ Downtown Los Angeles							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
				x			
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		35			-		
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		683	259	-	-	1	17
	Total	960					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		14					

Contenido 8:

SM Global Shop
28 de agosto de 2019 · 🌐

★ SuperM is FINALLY HERE! ★
🎵 SM Global Shop is very excited to be supporting the release of the next biggest group in K-Pop, SuperM, revealed by SM Entertainment and Capitol Music Group 🎵

🔥 Pre-Orders for their upcoming album are available starting TODAY! Free Shipping available for US Orders Above \$50 🔥

Shop Link 🛒 smglobalshop.com/collections/SuperM

#SuperM
Ver traducción

👍👎🗨️ 87 mil 1 mil comentarios 6,2 mil veces compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

Todos los comentarios ▾

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) O (✓)		
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias			✓	
		Acorde a la publicación			✓	
	Videos	Complementa el post				
		Se encuentra en el feed				
Banners	Usados como post					
	Acompañó de texto					
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) O (✓)		
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios		✓	
		Interés del publico	Supera 100 comentarios		✓	
	Reacciones	Diferentes reacciones				✓
		Nivel de aprobación				✓
	Compartidos	Alcance de la pagina	50 compartidos			✓
		Alto número	Supera 100 compartidos			✓
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) O (✓)		
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera <u>engagement</u>				
		Contenido de valor				
	Semanal	Actualización constante				
		Mayor visibilidad				
Mensual	spam					
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) O (✓)		
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante				
		Interés			✓	
	Contenido Informativo	Interés				✓
		Específico				
Contenido Propio	Propia autoría				✓	
	Producción				✓	
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) O (✓)		
Diseño de Página	Color	Representativo				
		Usado en Publicaciones				
	Foto de Portada	Identifica				
		Promoción				
	Publicación Fija	Timeline				
		Impacto visual				
Botón de Mensaje	<u>Chatbots</u>					
	<u>Call to Action</u>					

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
★ SuperM is FINALLY HERE! ★							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
28 de agosto 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
★ SuperM is FINALLY HERE! ★ 🎵 SM Global Shop is very excited to be supporting the release of the next biggest group in K-Pop, SuperM, revealed by SM Entertainment and Capitol Music Group 🎵 🔥 Pre-Orders for their upcoming album are available starting TODAY! Free Shipping available for US Orders Above \$50 🔥 Shop Link 🛒 smglobalshop.com/collections/SuperM #SuperM							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
				x			
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		957			43		
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		38 mil	43 mil	409	234	43	4,8 mil
	Total	87 mil					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		6,2 mil					

Contenido 9:



SM Global Shop
 · 16 de septiembre de 2019 · 🌐

🔥 Stay warm this Autumn with CHEN's 2nd Mini Album 'Dear My Dear' 🔥
 Pre-order available starting today at SM Global Shop

Shop Link 🛒 smglobalshop.com
 🚚 Free Shipping for US Orders Above \$50 🚚
 Ver traducción

👍❤️👎 1,3 mil 29 comentarios
 39 veces compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

Más relevantes ▾

Joelle Lim What is the difference between the "Dear" and "My Dear" versions? 1

Me gusta · Responder · Ver traducción · 32 sem

.....



FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) O (✓)	
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias			✓
		Acorde a la publicación			✓
	Videos	Complementa el post			
		Se encuentra en el feed			
	Banners	Usados como post			
Acompañó de texto					
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) O (✓)	
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios	X	
		Interés del público	Supera 100 comentarios	x	
	Reacciones	Diferentes reacciones			✓
		Nivel de aprobación			✓
	Compartidos	Alcance de la pagina	50 compartidos	X	
		Alto número	Supera 100 compartidos	X	
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) O (✓)	
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera engagement			
		Contenido de valor			
	Semanal	Actualización constante			
		Mayor visibilidad			
Mensual	spam				
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) O (✓)	
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante			
		Interés			✓
	Contenido Informativo	Interés			✓
		Específico			
Contenido Propio	Propia autoría			✓	
		Producción			
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) O (✓)	
Diseño de Página	Color	Representativo			
		Usado en Publicaciones			
	Foto de Portada	Identifica			
		Promoción			
	Publicación Fija	Timeline			
		Impacto visual			
Botón de Mensaje	Chatbots				
	Call to Action				

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
🔥 Stay warm this Autumn with CHEN's 2nd Mini Album 'Dear My Dear' 🔥							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
16 de septiembre 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
🔥 Stay warm this Autumn with CHEN's 2nd Mini Album 'Dear My Dear' 🔥 Pre-order available starting today at SM Global Shop Shop Link smglobalshop.com 📦 Free Shipping for US Orders Above \$50 📦							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
				x			
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		29			-		
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		710	556	3	2	-	36
	Total	337					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		29					

Contenido 10:

SM Global Shop · 25 de septiembre de 2019 · 🌐

🎉 NEW PRODUCT SURVEY 🎉
 SM Global Shop is giving away \$5 discount codes for your input! All you need to do is take our survey (Link Below) and put in the e-mail you want the discount code sent to.

🎁 All entries are welcome! Discount codes will be e-mailed out 10/15/19 after surveying is complete. 🎁

Survey Link:
<https://www.surveymonkey.com/r/H52PCCD>
 Ver traducción

👍❤️ 215 5 comentarios
 8 veces compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

Más relevantes ▾

Steven Anthony I just did this and already got the coupon! 😊
 Me gusta · Responder · Ver traducción · 31 sem

Fan destacado
Patrisha Lawrence Carrillo My opinion is that my money never stayed even just for 3 days inside my wallet because of super iunior 😂

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓) <input checked="" type="checkbox"/>	
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias			
		Acorde a la publicación			
	Videos	Complementa el post			
		Se encuentra en el feed			
	Banners	Usados como post			✓
Acompañó de texto			✓		
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓) <input checked="" type="checkbox"/>	
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios	X	
		Interés del publico	Supera 100 comentarios	x	
	Reacciones	Diferentes reacciones			✓
		Nivel de aprobación			✓
	Compartidos	Alcance de la página	50 compartidos	X	
		Alto número	Supera 100 compartidos	X	
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓) <input checked="" type="checkbox"/>	
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera engagement			
		Contenido de valor			
	Semanal	Actualización constante			
		Mayor visibilidad			
	Mensual	spam			
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓) <input checked="" type="checkbox"/>	
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante			
		Interés			✓
	Contenido Informativo	Interés			✓
		Específico			✓
Contenido Propio	Propia autoría			✓	
		Producción			
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓) <input checked="" type="checkbox"/>	
Diseño de Página	Color	Representativo			
		Usado en Publicaciones			
	Foto de Portada	Identifica			
		Promoción			
	Publicación Fija	Timeline			
		Impacto visual			
Botón de Mensaje	Chatbots				
	Call to Action				

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
🚀 NEW PRODUCT SURVEY 🚀							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
25 de septiembre 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
<p>🚀 NEW PRODUCT SURVEY 🚀</p> <p>SM Global Shop is giving away \$5 discount codes for your input! All you need to do is take our survey (Link Below) and put in the e-mail you want the discount code sent to.</p> <p>📧 All entries are welcome! Discount codes will be e-mailed out 10/15/19 after surveying is complete. 📧</p> <p>Survey Link: https://www.surveymonkey.com/r/H52PCCD</p>							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
					x		
2	Seguidores	Número total de seguidores: 1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos 5			Número de comentarios Negativos -		
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		178	35	1	-	-	1
	Total	215					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación 8					

Contenido 11:

SM Global Shop
 30 de septiembre de 2019 · 🌐

🔥 Have you heard? Super Junior is back! 🔥
 🎉 Celebrate SUJU's comeback with their 9th Mini Album: Time Slip now available at the SM Global Shop 🎉
 🌐 Worldwide Shipping Available 🌐
 📦 Free Shipping for US Orders Above \$50 📦
 Shop Link 🛒 smglobalshop.com
 Ver traducción



SMGLOBALSHOP.COM
SUPER JUNIOR The 9th Album 'Time_Slip' Comprar

👍👎👉 677 22 comentarios 40 veces compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar 🔄 Compartir

Todos los comentarios ▾

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>		
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias				
		Acorde a la publicación				
	Videos	Complementa el post			✓	
		Se encuentra en el feed			✓	
Banners	Usados como post					
	Acompañó de texto					
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>		
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios	X		
		Interés del público	Supera 100 comentarios	X		
	Reacciones	Diferentes reacciones	    			✓
		Nivel de aprobación	 			✓
	Compartidos	Alcance de la página	50 compartidos	X		
		Alto número	Supera 100 compartidos	X		
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>		
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera engagement				
		Contenido de valor				
	Semanal	Actualización constante				
		Mayor visibilidad				
Mensual	spam					
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>		
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante				
		Interés			✓	
	Contenido Informativo	Interés			✓	
		Específico				
Contenido Propio	Propia autoría			✓		
	Producción			✓		
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>		
Diseño de Página	Color	Representativo				
		Usado en Publicaciones				
	Foto de Portada	Identifica				
		Promoción				
	Publicación Fija	Timeline				
		Impacto visual				
Botón de Mensaje	Chatbots					
	Call to Action					

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
🔥 Have you heard? Super Junior is back! 🔥							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
30 de septiembre 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
🔥 Have you heard? Super Junior is back! 🔥 🎉 Celebrate SUJU's comeback with their 9th Mini Album: Time Slip now available at the SM Global Shop 🎉 🌐 Worldwide Shipping Available 🌐 📦 Free Shipping for US Orders Above \$50 📦 Shop Link 📌 smglobalshop.com							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
						x	
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		22			-		
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		405	241	1	2	-	28
	Total	677					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		40					

Contenido 12



SUPER JUNIOR OFFICIAL FANLIGHT VER 2.0

SM Global Shop
· 4 de octubre de 2019 · 🌐

★ Super Junior Official Fanlight Ver 2.0 ★
Grab your pre-order today available now at SM Global Shop!

🌐 Worldwide Shipping Available 🌐
📦 Free Shipping for US Orders Above \$50 📦
Shop Link 📌 smglobalshop.com
Ver traducción

👍❤️👏 6,5 mil 241 comentarios
329 veces compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

Más relevantes ▾

Carolina Quimbiulco un lindo cuadrito de maicraí
Me gusta · Responder · 28 sem 🔒 1

Zalgarx Nara Preciosos !!
Me gusta · Responder · 28 sem

Andrea Orozco I just preordered the album a few days ago. My wallet cant take this much. 🙄
Me gusta · Responder · Ver traducción · 28 sem 📌 5

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) Ú (✓)		
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias				
		Acorde a la publicación				
	Videos	Complementa el post				
		Se encuentra en el <u>feed</u>				
	Banners	Usados como post				
Acompañó de texto				✓		
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) Ú (✓)		
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios		✓	
		Interés del público	Supera 100 comentarios		✓	
	Reacciones	Diferentes reacciones				✓
		Nivel de aprobación				✓
	Compartidos	Alcance de la pagina	50 compartidos			✓
		Alto número	Supera 100 compartidos			✓
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) Ú (✓)		
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera <u>engagement</u>				
		Contenido de valor				
	Semanal	Actualización constante				
		Mayor visibilidad				
Mensual	spam					
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) Ú (✓)		
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante				
		Interés			✓	
	Contenido Informativo	Interés				
		Específico				
Contenido Propio	Propia autoría				✓	
	Producción				✓	
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) Ú (✓)		
Diseño de Página	Color	Representativo				
		Usado en Publicaciones				
	Foto de Portada	Identifica				
		Promoción				
	Publicación Fija	Timeline				
		Impacto visual				
Botón de Mensaje	<u>Chatbots</u>					
	<u>Call to Action</u>					

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
★ Super Junior Official Fanlight Ver 2.0 ★ g							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
4 de octubre 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
★ Super Junior Official Fanlight Ver 2.0 ★ Grab your pre-order today available now at SM Global Shop! 🌐 Worldwide Shipping Available 🌐 📦 Free Shipping for US Orders Above \$50 📦 Shop Link ➡️ smglobalshop.com							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
					X		
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		241			-		
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		4 mil	2,1 mil	17	15	4	298
	Total	6,5 mil					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		329					

Contenido 13:

SM Global Shop
11 de octubre de 2019 · 🌐

Brand New SM Global Shop Accessories & Goods
Check out some of our new goodies in our accessories and goods section!
#Lanyards #LuggageTags #NoteSet #Keyrings
🌐 Free Shipping for US Orders Above \$50
🌐 International Shipping Available

Ver traducción

👍❤️😂 952 103 comentarios 38 veces compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

Más relevantes ▾

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) 0 (✓)	
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias			✓
		Acorde a la publicación			✓
	Videos	Complementa el post			
		Se encuentra en el <u>feed</u>			
	Banners	Usados como post			
Acompañó de texto					
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) 0 (✓)	
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios		✓
		Interés del público	Supera 100 comentarios		✓
	Reacciones	Diferentes reacciones	   		✓
		Nivel de aprobación	 		✓
	Compartidos	Alcance de la pagina	50 compartidos	X	
		Alto número	Supera 100 compartidos	X	
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) 0 (✓)	
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera <u>engagement</u>			
		Contenido de valor			
	Semanal	Actualización constante			
		Mayor visibilidad			
Mensual	spam				
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) 0 (✓)	
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante			
		Interés			✓
	Contenido Informativo	Interés			
		Específico			
	Contenido Propio	Propia autoría			✓
Producción			✓		
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) 0 (✓)	
Diseño de Página	Color	Representativo			
		Usado en Publicaciones			
	Foto de Portada	Identifica			
		Promoción			
	Publicación Fija	Timeline			
		Impacto visual			
	Botón de Mensaje	<u>Chatbots</u>			
<u>Call to Action</u>					

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
Brand New SM Global Shop Accessories & Goods							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
11 de octubre 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
<p>Check out some of our new goodies in our accessories and goods section! #Lanyards #LuggageTags #NoteSet #Keyrings (📦 Free Shipping for US Orders Above \$50) (🌐 International Shipping Available)</p>							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
				x			
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		103			-		
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		677	247	-	2	-	24
	Total	950					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		38					

Contenido 14:

SM Global Shop

22 de octubre de 2019 · 🌐

⋮

Attention International Customers:

Please make sure your address is in English at check-out. We have been delayed in shipping due to customers inputting their addresses in foreign languages.

Thank You Guys and HAPPY SHOPPING!

SM GLOBAL SHOP TEAM

[Ver traducción](#)

337

7 comentarios 6 veces compartido

Me gusta

Comentar

Compartir

Todos los comentarios ▾

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) <input type="radio"/> (✓) <input type="checkbox"/>		
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias				
		Acorde a la publicación				
	Videos	Complementa el post				
		Se encuentra en el feed				
	Banners	Usados como post				
Acompañó de texto						
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) <input type="radio"/> (✓) <input type="checkbox"/>		
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios	X		
		Interés del público	Supera 100 comentarios	x		
	Reacciones	Diferentes reacciones	      			✓
		Nivel de aprobación	 			✓
	Compartidos	Alcance de la página	50 compartidos	X		
		Alto número	Supera 100 compartidos	X		
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input type="radio"/> (✓) <input type="checkbox"/>		
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera engagement				
		Contenido de valor				
	Semanal	Actualización constante				
		Mayor visibilidad				
Mensual	spam					
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input type="radio"/> (✓) <input type="checkbox"/>		
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante				
		Interés				
	Contenido Informativo	Interés			✓	
		Específico			✓	
	Contenido Propio	Propia autoría				
		Producción				
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) <input type="radio"/> (✓) <input type="checkbox"/>		
Diseño de Página	Color	Representativo				
		Usado en Publicaciones				
	Foto de Portada	Identifica				
		Promoción				
	Publicación Fija	Timeline				
		Impacto visual				
	Botón de Mensaje	Chatbots				
Call to Action						

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
Attention International Customers:							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
22 de octubre 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
Attention International Customers: Please make sure your address is in English at check-out. We have been delayed in shipping due to customers inputting their addresses in foreign languages. Thank You Guys and HAPPY SHOPPING! SM GLOBAL SHOP TEAM							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
		x					
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
					7		
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		253	64	20	-	-	-
	Total	337					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		6					

Contenido 15:

SM Global Shop
· 23 de octubre de 2019 ·

\$100 GIFT CARD WEEKLY GIVEAWAY

To celebrate 1 million fans on Facebook, SM Global Shop will be holding one of our biggest giveaways this month! Entering is VERY EASY!

RULES TO ENTER

1. Sign-up to our newsletter on our website (www.smglobalshop.com)
2. Follow our Instagram Page @smglobalshop

(Winners will be picked every Friday until 11/22/19. If you've already finished the above before this post, you're automatically entered for the weekly drawings!)

Ver traducción

3,6 mil Me gusta · 574 comentarios · 193 veces compartido

Me gusta · Comentar · Compartir

Todos los comentarios

Autor
SM Global Shop Congratulations to our first winner who was picked today for the first \$100 gift card! Don't forget to check your inbox

Escribe un comentario...

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) Ó (✓)	
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias			
		Acorde a la publicación			
	Videos	Complementa el post			
		Se encuentra en el feed			
	Banners	Usados como post			✓
Acompañó de texto			✓		
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) Ó (✓)	
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios		✓
		Interés del publico	Supera 100 comentarios		✓
	Reacciones	Diferentes reacciones	   		✓
		Nivel de aprobación	 		✓
	Compartidos	Alcance de la pagina	50 compartidos		✓
		Alto número	Supera 100 compartidos		✓
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) Ó (✓)	
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera engagement			
		Contenido de valor			
	Semanal	Actualización constante			
		Mayor visibilidad			
Mensual	spam				
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) Ó (✓)	
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante			
		Interés			✓
	Contenido Informativo	Interés			✓
		Especifico			
Contenido Propio	Propia autoría			✓	
	Producción				
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) Ó (✓)	
Diseño de Página	Color	Representativo			
		Usado en Publicaciones			
	Foto de Portada	Identifica			
		Promoción			
	Publicación Fija	Timeline			
		Impacto visual			
Botón de Mensaje	Chatbots				
	Call to Action				

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
🎁 \$100 GIFT CARD WEEKLY GIVEAWAY 🎁							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
23 de octubre 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
🎁 \$100 GIFT CARD WEEKLY GIVEAWAY 🎁							
👉 To celebrate 1 million fans on Facebook, SM Global Shop will be holding one of our biggest giveaways this month! Entering is VERY EASY! 👉							
📄 RULES TO ENTER 📄							
1. Sign-up to our newsletter on our website (www.smglobalshop.com)							
2. Follow our Instagram Page @smglobalshop							
(Winners will be picked every Friday until 11/22/19. If you've already finished the above before this post, you're automatically entered for the weekly drawings!)							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
					x		
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		573			-		
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		2 mil	1,1 mil	53	9	-	310
	Total	3,6 mil					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		193					

Contenido 16:

SM Global Shop
· 31 de octubre de 2019 · 🌐

🔥 HALLOWEEN FLASH SALE 🔥

Enjoy 25% off all merchandise this weekend!
(Promotion End Date: 11/4/19)

✈️ Free Shipping for US Orders Above \$50 ✈️
Shop Link smglobalshop.com
Ver traducción

👍❤️👏 258 4 veces compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

Escribe un comentario...

HAPPY HALLOWEEN

25% OFF

ALL MERCHANDISE STARTING TODAY!
EXCEPT ALBUMS, HANDY FANS, AND FANLIGHTS

PROMOTION DATE: 10/31/19 - 11/4/19

CODE : FLASH

SM GLOBAL SHOP

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) <input type="radio"/> <input checked="" type="checkbox"/>		
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias				
		Acorde a la publicación				
	Videos	Complementa el post				
		Se encuentra en el <u>feed</u>				
	Banners	Usados como post			✓	
Acompañó de texto				✓		
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) <input type="radio"/> <input checked="" type="checkbox"/>		
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios	X		
		Interés del publico	Supera 100 comentarios			
	Reacciones	Diferentes reacciones	     			✓
		Nivel de aprobación	 			✓
	Compartidos	Alcance de la pagina	50 compartidos	X		
		Alto número	Supera 100 compartidos	X		
	FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input type="radio"/> <input checked="" type="checkbox"/>	
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera <u>engagement</u>				
		Contenido de valor				
	Semanal	Actualización constante				
		Mayor visibilidad				
	Mensual	spam				
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input type="radio"/> <input checked="" type="checkbox"/>		
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante				
		Interés			✓	
	Contenido Informativo	Interés			✓	
		Específico				
	Contenido Propio	Propia autoría			✓	
		Producción				
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) <input type="radio"/> <input checked="" type="checkbox"/>		
Diseño de Página	Color	Representativo				
		Usado en Publicaciones				
	Foto de Portada	Identifica				
		Promoción				
	Publicación Fija	Timeline				
		Impacto visual				
	Botón de Mensaje	<u>Chatbots</u>				
<u>Call to Action</u>						

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
🔥 HALLOWEEN FLASH SALE 🔥							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
31 de octubre 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
🔥 HALLOWEEN FLASH SALE 🔥 Enjoy 25% off all merchandise this weekend! (Promotion End Date: 11/4/19) 📦 Free Shipping for US Orders Above \$50 📦 Shop Link → smglobalshop.com							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
					x		
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		-			-		
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		200	55	-	-	-	3
	Total	258					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		4					

Contenido 17:

SM Global Shop
4 de noviembre de 2019 · 🌐

EXO The 6th Album [OBSESSION]
2019. 11. 27. 6PM (KST)
Album Pre-Order 🙌 @smglobalshop
#EXO #weareoneEXO #Obsession #SMTown #SMGlobalShop #SGS

Ver traducción

Report 'G'
Date: 2019-11-27
Subject: EXO
Report's Classification: Anxiety's Exorcism

26 comentarios 25 veces compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

Todos los comentarios ▾

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓)		
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias				
		Acorde a la publicación				
	Videos	Complementa el post			✓	
		Se encuentra en el feed			✓	
Banners	Usados como post					
	Acompañamiento de texto					
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓)		
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios	X		
		Interés del público	Supera 100 comentarios	X		
	Reacciones	Diferentes reacciones				✓
		Nivel de aprobación				✓
	Compartidos	Alcance de la página	50 compartidos	X		
		Alto número	Supera 100 compartidos	X		
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓)		
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera engagement				
		Contenido de valor				
	Semanal	Actualización constante				
		Mayor visibilidad				
Mensual	spam					
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓)		
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante				
		Interés			✓	
	Contenido Informativo	Interés				
		Específico			✓	
Contenido Propio	Propia autoría			✓		
	Producción					
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓)		
Diseño de Página	Color	Representativo				
		Usado en Publicaciones				
	Foto de Portada	Identifica				
		Promoción				
	Publicación Fija	Timeline				
		Impacto visual				
Botón de Mensaje	Chatbots					
	Call to Action					

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
EXO The 6th Album ['OBSESSION']							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
4 de noviembre de 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
EXO The 6th Album ['OBSESSION'] 2019. 11. 27. 6PM (KST) Album Pre-Order 🛒 @smglobalshop #EXO #weareoneEXO #Obsession #SMTown #SMGlobalShop #SGS							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
						x	
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		26					
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		284	277	2			22
	Total	585					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		25					

Contenido 18:

SM Global Shop
7 de noviembre de 2019 · 🌐

🎬 EXO Concept Trailer #EXODEUX 🎬
 🛒 Shop Link 📍 smglobalshop.com 🎬
 📅 Release Date 🕒 2019. 11. 27. 6PM (KST) 🎬
 #EXO #weareoneEXO #EXOonearewe #OBSESSION #SMTown
 #SMGlobalShop #SGS

Ver traducción



SMGLOBALSHOP.COM Comprar

SM Global Shop

👍❤️😂 16 mil 309 comentarios 2 mil veces compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

Todos los comentarios ▾

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) 0 (✓)	
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias			
		Acorde a la publicación			
	Videos	Complementa el post			✓
		Se encuentra en el feed			✓
	Banners	Usados como post			
Acompañó de texto					
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) 0 (✓)	
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios		✓
		Interés del público	Supera 100 comentarios		✓
	Reacciones	Diferentes reacciones			✓
		Nivel de aprobación			✓
	Compartidos	Alcance de la página	50 compartidos		✓
		Alto número	Supera 100 compartidos		✓
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) 0 (✓)	
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera engagement			
		Contenido de valor			
	Semanal	Actualización constante			
		Mayor visibilidad			
	Mensual	spam			
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) 0 (✓)	
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante			
		Interés			✓
	Contenido Informativo	Interés			✓
		Específico			✓
	Contenido Propio	Propia autoría			✓
Producción			✓		
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) 0 (✓)	
Diseño de Página	Color	Representativo			
		Usado en Publicaciones			
	Foto de Portada	Identifica			
		Promoción			
	Publicación Fija	Timeline			
		Impacto visual			
	Botón de Mensaje	Chatbots			
Call to Action					

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
EXO Concept Trailer #EXODEUX							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
7 de noviembre de 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
EXO Concept Trailer #EXODEUX Shop Link smglobalshop.com Release Date 2019. 11. 27. 6PM (KST) #EXO #weareoneEXO #EXOonearewe #OBSESSION #SMTown #SMGlobalShop #SGS							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
						x	
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		309					
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		3,7 mil	11 mil	100	9	3	1,7 mil
	Total	16 mil					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		2 mil					

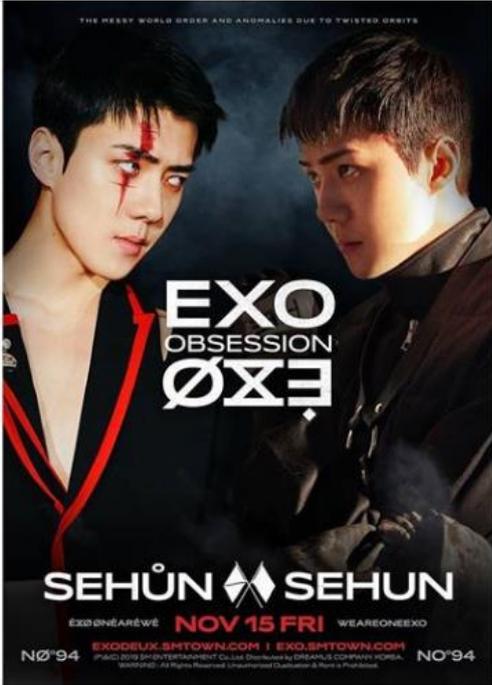
Contenido 19:



SM Global Shop
14 de noviembre de 2019 · 🌐

⋮

EXO VS X-EXO #SEHUN
2019.11.27. 6PM (KST)
#EXO #weareoneEXO #EXOonearewe #OBSESSION #EXODEUX
#SMTown #SMGlobalShop #SGS



👍❤️👎
1,9 mil

18 comentarios 20 veces compartido

👍 Me gusta
💬 Comentar
➦ Compartir

Más relevantes ▾

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) Ó (✓)		
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias			✓	
		Acorde a la publicación			✓	
	Vídeos	Complementa el post				
		Se encuentra en el feed				
	Banners	Usados como post				
Acompañó de texto						
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) Ó (✓)		
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios	X		
		Interés del publico	Supera 100 comentarios	X		
	Reacciones	Diferentes reacciones	     			✓
		Nivel de aprobación	 			✓
	Compartidos	Alcance de la pagina	50 compartidos	X		
		Alto número	Supera 100 compartidos	X		
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) Ó (✓)		
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera engagement				
		Contenido de valor				
	Semanal	Actualización constante				
		Mayor visibilidad				
	Mensual	spam				
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) Ó (✓)		
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante				
		Interés			✓	
	Contenido Informativo	Interés				
		Específico			✓	
	Contenido Propio	Propia autoría			✓	
		Producción				
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) Ó (✓)		
Diseño de Página	Color	Representativo				
		Usado en Publicaciones				
	Foto de Portada	Identifica				
		Promoción				
	Publicación Fija	Timeline				
		Impacto visual				
	Botón de Mensaje	Chatbots				
		Call to Action				

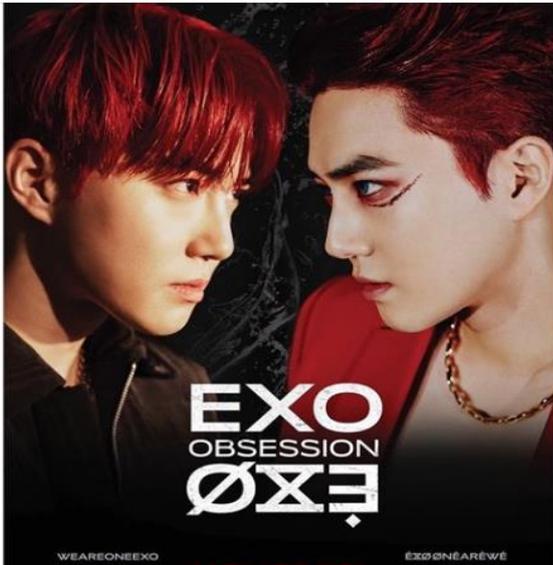
FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
EXO VS X-EXO #SEHUN							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
14 de noviembre de 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
EXO VS X-EXO #SEHUN 2019.11.27. 6PM (KST)							
#EXO #weareoneEXO #EXOonearewe #OBSESSION #EXODEUX #SMTown #SMGlobalShop #SGS							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
				x			
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		18					
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		1,1 mil	667	4			45
	Total	1,9 mil					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		20					

Contenido 20:

SM Global Shop
21 de noviembre de 2019 · 🌐

EXO VS X-EXO #SUHO
2019.11.27. 6PM (KST)
#EXO #weareoneEXO #EXOonearewe #OBSESSION #EXODEUX
#SMTown #SMGlobalShop #SGS



👍👎👏 1,1 mil 8 comentarios 16 veces compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

Todos los comentarios ▾

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) <input checked="" type="checkbox"/> (<input checked="" type="checkbox"/>)	
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Acorde a la publicación		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Videos	Complementa el post			
		Se encuentra en el feed			
	Banners	Usados como post			
Acompañó de texto					
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) <input checked="" type="checkbox"/> (<input checked="" type="checkbox"/>)	
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios	X	
		Interés del público	Supera 100 comentarios	X	
	Reacciones	Diferentes reacciones			<input checked="" type="checkbox"/>
		Nivel de aprobación			<input checked="" type="checkbox"/>
	Compartidos	Alcance de la pagina	50 compartidos	X	
		Alto número	Supera 100 compartidos	X	
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input checked="" type="checkbox"/> (<input checked="" type="checkbox"/>)	
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera engagement			
		Contenido de valor			
	Semanal	Actualización constante			
		Mayor visibilidad			
Mensual	spam				
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input checked="" type="checkbox"/> (<input checked="" type="checkbox"/>)	
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante			
		Interés			<input checked="" type="checkbox"/>
	Contenido Informativo	Interés			
		Específico			<input checked="" type="checkbox"/>
	Contenido Propio	Propia autoría			<input checked="" type="checkbox"/>
Producción			<input checked="" type="checkbox"/>		
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) <input checked="" type="checkbox"/> (<input checked="" type="checkbox"/>)	
Diseño de Página	Color	Representativo			
		Usado en Publicaciones			
	Foto de Portada	Identifica			
		Promoción			
	Publicación Fija	Timeline			
		Impacto visual			
Botón de Mensaje	Chatbots				
	Call to Action				

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
EXO VS X-EXO #SUHO							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
21 de noviembre de 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
EXO VS X-EXO #SUHO 2019.11.27. 6PM (KST)							
#EXO #weareoneEXO #EXOonearewe #OBSESSION #EXODEUX #SMTown #SMGlobalShop #SGS							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
				x			
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		8			-		
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		727	397	1	-	-	25
	Total	1,1 mil					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		16					

Contenido 21:

The image displays a promotional poster for Black Friday on the left and a corresponding Facebook post on the right. The poster, titled 'BLACK FRIDAY', offers a 'BUY ONE GET ONE HALF OFF' deal, with a '50% OFF' discount. It specifies the offer is 'ONLY ONE DAY' on 'NOVEMBER 29th, 2019' and includes a 'SHOP NOW' button. A small disclaimer at the bottom states: '*THIS SALE EXCLUDES FANLIGHTS, ALBUMS, SEASON'S GREETINGS AND HANDY FANS'. The Facebook post, from 'SM Global Shop' on November 29, 2019, features the text: 'Surprise! We've got more for Black Friday. BUY ONE GET ONE HALF OFF ALL MERCHANDISE. ONLY FOR TODAY! Don't miss it!' and includes several hashtags: #blackfriday, #blackfridaysale, #blackfridaydeals, #SMGlobalShop, and #SGS. The post has received 17 million likes, 38 comments, and 80 shares. Visible comments include: 'Mariana Gabriella Ventura Janelle Mello', 'Sana Khan Wow', 'Momoko Kiritani And what about the albums? They're never included in any discount sale.', and 'Karen Lemur Nandú Jetsy Garcia'.

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) O (✓)		
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias				
		Acorde a la publicación				
	Videos	Complementa el post				
		Se encuentra en el <u>feed</u>				
	Banners	Usados como post			✓	
Acompañó de texto			✓			
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) O (✓)		
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios	x		
		Interés del publico	Supera 100 comentarios	x		
	Reacciones	Diferentes reacciones	     			✓
		Nivel de aprobación	 			✓
	Compartidos	Alcance de la pagina	50 compartidos	x		
		Alto número	Supera 100 compartidos	x		
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) O (✓)		
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera <u>engagement</u>				
		Contenido de valor				
	Semanal	Actualización constante				
		Mayor visibilidad				
	Mensual	spam				
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) O (✓)		
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante				
		Interés			✓	
	Contenido Informativo	Interés			✓	
		Específico			✓	
	Contenido Propio	Propia autoría				
		Producción				
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) O (✓)		
Diseño de Página	Color	Representativo				
		Usado en Publicaciones				
	Foto de Portada	Identifica				
		Promoción				
	Publicación Fija	Timeline				
		Impacto visual				
	Botón de Mensaje	<u>Chatbots</u>				
<u>Call to Action</u>						

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
📺 Surprise! We've got more for Black Friday.							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
29 de noviembre de 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
📺 Surprise! We've got more for Black Friday. BUY ONE GET ONE HALF OFF ALL MERCHANDISE. ONLY FOR TODAY! Don't miss it! 📺 #blackfriday #blackfridaysale #blackfridaydeals #SMGlobalShop #SGS							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
					x		
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		38					
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		14 mil	2 mil	37	23	1	491
	Total	17 mil					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		38					

Contenido 22:

SM Global Shop
2 de diciembre de 2019 · 🌐

🕒 24 Hours ONLY! Enjoy your 30% discount on any products under accessories category!
#SMGlobalShop #SGS #cybermonday #shopping #cybermonday2019 #cybermondaysale #cybermondaydeals #sale

Ver traducción

GET 30% OFF ON OUR ACCESSORIES

CYBER MONDAY

ONLY FOR 24 HRS. / 12.02.2019 MONDAY

SHOP NOW

154

Me gusta Comentar Compartir

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) Ó (✓)	
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias			
		Acorde a la publicación			
	Videos	Complementa el post			
		Se encuentra en el feed			
	Banners	Usados como post			✓
Acompañó de texto			✓		
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) Ó (✓)	
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios	X	
		Interés del publico	Supera 100 comentarios	X	
	Reacciones	Diferentes reacciones			✓
		Nivel de aprobación			✓
	Compartidos	Alcance de la pagina	50 compartidos	X	
		Alto número	Supera 100 compartidos	X	
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) Ó (✓)	
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera <u>engagement</u>			
		Contenido de valor			
	Semanal	Actualización constante			
		Mayor visibilidad			
	Mensual	spam			
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) Ó (✓)	
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante			
		Interés			✓
	Contenido Informativo	Interés			✓
		Específico			✓
	Contenido Propio	Propia autoría			✓
Producción			✓		
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) Ó (✓)	
Diseño de Página	Color	Representativo			
		Usado en Publicaciones			
	Foto de Portada	Identifica			
		Promoción			
	Publicación Fija	Timeline			
		Impacto visual			
Botón de Mensaje	<u>Chatbots</u>				
	<u>Call to Action</u>				

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
🕒 24 Hours ONLY! Enjoy your 30% discount on any products under accessories category!							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
2 de diciembre de 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
Banner sobre el 30% de descuento que ofrece la tienda en accesorios por el cyber Monday, el tipo de banner tiene colores llamativos y el uso de tipografía de color neon #SMGlobalShop #SGS #cybermonday #shopping #cybermonday2019 #cybermondaysale #cybermondaydeals #sale							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
					x		
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		124	26		4		
	Total	154					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					

Contenido 23:

SM Global Shop
12 de diciembre de 2019 · 🌐

Red Velvet is back with their final album of 'The ReVe Festival', 'The ReVe Festival' Finale' ❤️
Meet Red Velvet's album "The ReVe Festival" Finale' in two different styles - Finale and Scrapbook versions.
👉 Pre-order starts on 12/11.
#RedVelvet #RVF #TheReVeFestivalFinale #RedVelvetalbum #SMTown #SMGlobalShop #SGS

Ver traducción

337
7 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) O (✓)		
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias				
		Acorde a la publicación				
	Videos	Complementa el post				
		Se encuentra en el <u>feed</u>				
	Banners	Usados como post		X		
Acompañamiento de texto			✓			
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) O (✓)		
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios	X		
		Interés del público	Supera 100 comentarios	X		
	Reacciones	Diferentes reacciones				✓
		Nivel de aprobación				✓
	Compartidos	Alcance de la página	50 compartidos	X		
		Alto número	Supera 100 compartidos	X		
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) O (✓)		
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera <u>engagement</u>				
		Contenido de valor				
	Semanal	Actualización constante				
		Mayor visibilidad				
Mensual	spam					
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) O (✓)		
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante				
		Interés			✓	
	Contenido Informativo	Interés			✓	
		Específico			✓	
	Contenido Propio	Propia autoría			✓	
Producción			✓			
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) O (✓)		
Diseño de Página	Color	Representativo				
		Usado en Publicaciones				
	Foto de Portada	Identifica				
		Promoción				
	Publicación Fija	Timeline				
		Impacto visual				
	Botón de Mensaje	<u>Chatbots</u>				
<u>Call to Action</u>						

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
Red Velvet ['The ReVe Festival' Finale] - Teaser Clip #JOY							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
12 de diciembre de 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
Video promocional de un próximo lanzamiento, de corta duración y usando la tonalidad B/N_// Red Velvet ['The ReVe Festival' Finale] - Teaser Clip #JOY							
🔊 2019.12.23. 6PM (KST)							
#RedVelvet #RVF #TheReVeFestivalFinale #RedVelvetalbum #SMTown #SMGlobalShop #SGS							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
					x		
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		235	97			1	4
	Total	337					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		7					

Contenido 24:

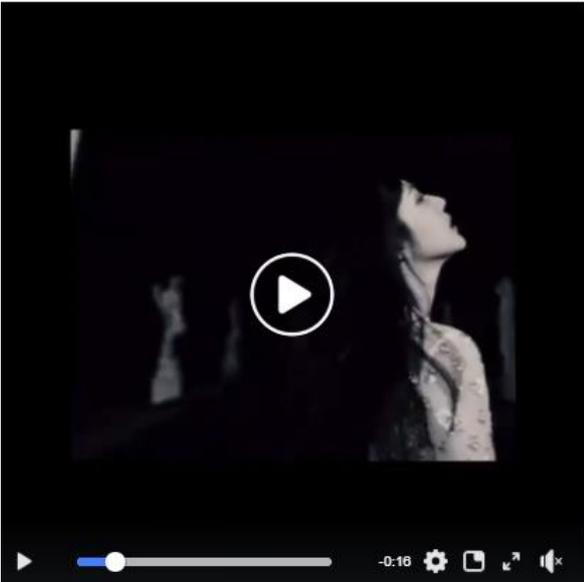
SM Global Shop
19 de diciembre de 2019 · 🌐

Red Velvet ['The ReVe Festival' Finale] - Teaser Clip #JOY

🔊 2019.12.23. 6PM (KST)

#RedVelvet #RVF #TheReVeFestivalFinale #RedVelvetalbum #SMTown #SMGlobalShop #SGS

Ver traducción



👍👎👉👊 557 4 comentarios 23 veces compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

Todos los comentarios ▾

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓)	
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias			
		Acorde a la publicación			
	Videos	Complementa el post			✓
		Se encuentra en el feed			✓
	Banners	Usados como post			
Acompañó de texto					
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓)	
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios	X	
		Interés del publico	Supera 100 comentarios	X	
	Reacciones	Diferentes reacciones			✓
		Nivel de aprobación			✓
	Compartidos	Alcance de la pagina	50 compartidos	X	
		Alto número	Supera 100 compartidos	X	
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓)	
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera <u>engagement</u>			
		Contenido de valor			
	Semanal	Actualización constante			
		Mayor visibilidad			
	Mensual	spam			
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓)	
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante			
		Interés			✓
	Contenido Informativo	Interés			
		Especifico			✓
	Contenido Propio	Propia autoría			✓
Producción			✓		
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) <input type="checkbox"/> (✓)	
Diseño de Página	Color	Representativo			
		Usado en Publicaciones			
	Foto de Portada	Identifica			
		Promoción			
	Publicación Fija	Timeline			
		Impacto visual			
	Botón de Mensaje	<u>Chatbots</u>			
<u>Call to Action</u>					

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
Red Velvet ['The ReVe Festival' Finale] - Teaser Clip #JOY							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
19 de diciembre de 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
Video promocional de un próximo lanzamiento, de corta duración y usando la tonalidad B/ <u>N</u> // Red Velvet ['The ReVe Festival' Finale] - Teaser Clip #JOY							
🔊 2019.12.23. 6PM (KST)							
#RedVelvet #RVF #TheReVeFestivalFinale #RedVelvetalbum #SMTown #SMGlobalShop #SGS							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
						x	
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		4					
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		300	242				15
	Total	557					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		23					

Contenido 25:

SM Global Shop
24 de diciembre de 2019 · 🌐

Need a gift idea? 🎁 You can't go wrong with any of these best-selling kpop items! 🎉 #happyholiday
Enjoy 10% off all merchandise from today until end of Christmas Day tomorrow.
Shop now 🛒 smglobalshop.com
#smglobalshop #SGS #holiday #gift #giftideas
#kpopmerch #kpopitems
Ver traducción



SM Global Shop
Servicio de comercialización

👍👎🗨️ 2,1 mil 40 comentarios 207 veces compartido

👍 Me gusta 🗨️ Comentar ➦ Compartir

Todos los comentarios ▾

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) <input type="radio"/> <input checked="" type="checkbox"/>	
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Acorde a la publicación		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Videos	Complementa el post			
		Se encuentra en el feed			
	Banners	Usados como post			
Acompañó de texto					
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) <input type="radio"/> <input checked="" type="checkbox"/>	
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Interés del publico	Supera 100 comentarios	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Reacciones	Diferentes reacciones			<input checked="" type="checkbox"/>
		Nivel de aprobación			<input checked="" type="checkbox"/>
	Compartidos	Alcance de la pagina	50 compartidos		<input checked="" type="checkbox"/>
		Alto número	Supera 100 compartidos		<input checked="" type="checkbox"/>
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input type="radio"/> <input checked="" type="checkbox"/>	
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera engagement			
		Contenido de valor			
	Semanal	Actualización constante			
		Mayor visibilidad			
	Mensual	spam			
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) <input type="radio"/> <input checked="" type="checkbox"/>	
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante			
		Interés			<input checked="" type="checkbox"/>
	Contenido Informativo	Interés			
		Especifico			<input checked="" type="checkbox"/>
	Contenido Propio	Propia autoría			<input checked="" type="checkbox"/>
Producción			<input checked="" type="checkbox"/>		
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) <input type="radio"/> <input checked="" type="checkbox"/>	
Diseño de Página	Color	Representativo			
		Usado en Publicaciones			
	Foto de Portada	Identifica			
		Promoción			
	Publicación Fija	Timeline			
		Impacto visual			
	Botón de Mensaje	Chatbots			
Call to Action					

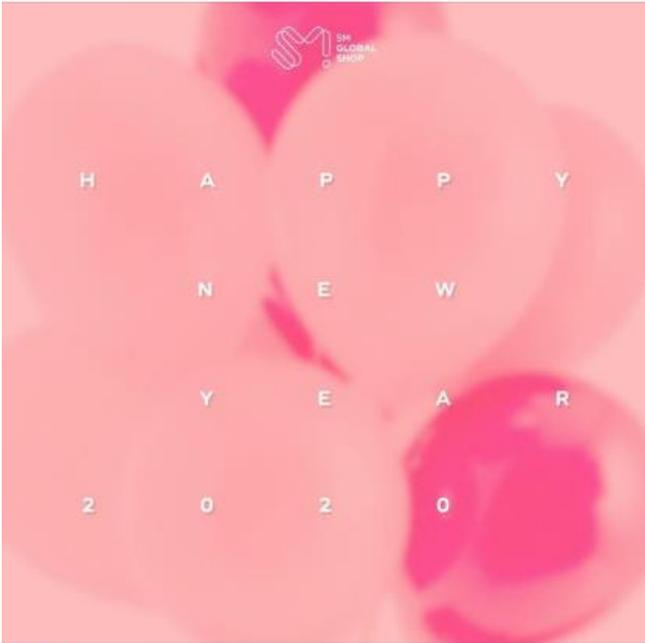
FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
Need a gift idea?							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
24 de diciembre de 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
<p>Imagen de fondo verde con iconos/artículos de merch que ofrece la página formando un árbol de navidad // Need a gift idea? 🎁 You can't go wrong with any of these best-selling kpop items! 🥰 #happyholiday Enjoy 10% off all merchandise from today until end of Christmas Day tomorrow. Shop now 🛒 smglobalshop.com #smglobalshop #SGS #holiday #gift #giftideas #kpopmerch #kpopitems</p>							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
				x			
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		37			3		
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		698	1,3 mil	75	8	2	19
	Total	2,1 mil					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		207					

Contenido 26:


SM Global Shop
 31 de diciembre de 2019 · 🌐

Wishing You a very Happy New Year 🍷 #happynewyear2020
 #SMGlobalShop #SGS
[Ver traducción](#)




 677
 8 comentarios 13 veces compartido

[Me gusta](#)
[Comentar](#)
[Compartir](#)

Todos los comentarios ▾

FICHA DE OBSERVACIÓN

FORMATO DE PUBLICACIONES				MARCA (X) O (✓)		
Formato de Publicaciones	Imágenes	Imágenes propias				
		Acorde a la publicación				
	Videos	Complementa el post				
		Se encuentra en el feed				
	Banners	Usados como post			✓	
Acompañó de texto			✓			
INTERACTIVIDAD				MARCA (X) O (✓)		
Interactividad	Comentarios	Gran número	Supera 100 comentarios	x		
		Interés del público	Supera 100 comentarios	x		
	Reacciones	Diferentes reacciones	     			✓
		Nivel de aprobación	 			✓
	Compartidos	Alcance de la pagina	50 compartidos	x		
		Alto número	Supera 100 compartidos	X		
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) O (✓)		
Frecuencia de Publicación	Diario	Genera engagement				
		Contenido de valor				
	Semanal	Actualización constante				
		Mayor visibilidad				
Mensual	spam					
TEMÁTICA DE PUBLICACIÓN				MARCA (X) O (✓)		
Temática de Publicación	Contenido Publicitario	Constante		x		
		Interés		x		
	Contenido Informativo	Interés		X		
		Específico			✓	
	Contenido Propio	Propia autoría			✓	
Producción			✓			
DISEÑO DE PÁGINA				MARCA (X) O (✓)		
Diseño de Página	Color	Representativo				
		Usado en Publicaciones				
	Foto de Portada	Identifica				
		Promoción				
	Publicación Fija	Timeline				
		Impacto visual				
Botón de Mensaje	Chatbots					
	Call to Action					

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TITULO DEL MENSAJE							
Wishing You a very Happy New Year							
FECHA DE PUBLICACIÓN							
31 de diciembre de 2019							
DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO							
Banner de color rosado deseando feliz año nuevo a sus seguidores // Wishing You a very Happy New Year ❤️ #happynewyear2020 #SMGlobalShop #SGS							
1	Interactividad	Texto	Foto	Texto e Imagen	Banner	Videos	Transmisión en vivo
					x		
2	Seguidores	Número total de seguidores:					
		1.231.849					
3	Comentarios	Número de Comentarios Positivos			Número de comentarios Negativos		
		7					
4	Reacciones	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra
		448	225	4	-	-	-
	Total	677					
5	Compartidos	Número de veces que fue compartida la publicación					
		13					