



Línea de investigación: Agregación de valor para la innovación de productos, procesos o servicios.

**Propuesta de estrategia para el crecimiento orgánico en TikTok de la marca Rock and Smoked en Managua, Nicaragua, durante el período de octubre a diciembre de 2026.**

Monografía para optar al título de: Licenciatura en Mercadeo y Publicidad

### **Autores**

Br. Kenneth Stephen Sánchez Castillo

Br. Jonathan Francisco Correa Delgado

### **Tutor**

MSc. Francisco Miguel Juárez Medina

Managua, Nicaragua  
Julio 2026

## Tabla de contenido

|                                                              |           |
|--------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. Introducción</b>                                       | <b>1</b>  |
| <b>2. Contextualización del problema</b>                     | <b>2</b>  |
| <b>3. Planteamiento del problema</b>                         | <b>5</b>  |
| <b>4. Justificación del estudio</b>                          | <b>6</b>  |
| <b>5. Objetivos</b>                                          | <b>8</b>  |
| Objetivo general                                             | 8         |
| Objetivo específico                                          | 8         |
| <b>6. Hipótesis</b>                                          | <b>9</b>  |
| <b>7. Alcances y limitaciones</b>                            | <b>9</b>  |
| <b>8. Marco teórico</b>                                      | <b>10</b> |
| Marketing digital                                            | 11        |
| Evolución del marketing digital                              | 11        |
| Marketing digital en redes sociales                          | 12        |
| Redes sociales                                               | 12        |
| Comunicación digital en redes sociales                       | 12        |
| TikTok como plataforma digital                               | 12        |
| Funcionamiento del algoritmo de TikTok                       | 13        |
| Creación de contenido digital                                | 13        |
| Planificación y propuesta de estrategia                      | 13        |
| Gestión y contenido creativo en redes sociales               | 13        |
| Crecimiento orgánico en redes sociales                       | 14        |
| Métricas digitales                                           | 14        |
| Factores que influyen en el crecimiento orgánico             | 14        |
| Marketing gastronómico                                       | 14        |
| Comportamiento del consumidor gastronómico en redes sociales | 15        |
| Influencia del contenido visual en gastronomía               | 15        |
| Experiencia gastronómica digital                             | 15        |
| <b>9. Estado del arte</b>                                    | <b>15</b> |
| <b>10. Perspectiva teórica asumida</b>                       | <b>17</b> |
| <b>11. Variables e indicadores</b>                           | <b>18</b> |
| <b>12. Metodología de la investigación</b>                   | <b>20</b> |
| <b>Enfoque de la investigación</b>                           | <b>20</b> |
| Diseño de la investigación                                   | 21        |
| Tipo de muestreo                                             | 22        |
| Fórmula para el cálculo de la muestra                        | 22        |
| Técnicas de recolección de datos                             | 23        |
| Instrumentos de recolección de datos                         | 23        |
| Fuente de datos                                              | 23        |

|                                                                                                                    |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>13. Resultados</b>                                                                                              | <b>24</b> |
| <b>14. Discusión</b>                                                                                               | <b>34</b> |
| <b>PROPUESTA DE ESTRATEGIA PARA EL CRECIMIENTO ORGÁNICO EN TIKTOK DE LA MARCA ROCK AND SMOKED</b>                  | <b>36</b> |
| Introducción                                                                                                       | 36        |
| Situación actual de la cuenta                                                                                      | 37        |
| Análisis de métricas actuales                                                                                      | 38        |
| Fortalezas identificadas                                                                                           | 49        |
| Oportunidades de mejora                                                                                            | 52        |
| Objetivo de la propuesta de estrategia                                                                             | 55        |
| Público objetivo                                                                                                   | 55        |
| Edad                                                                                                               | 55        |
| Ubicación                                                                                                          | 56        |
| Intereses                                                                                                          | 56        |
| Comportamiento digital de los usuarios                                                                             | 57        |
| Hábitos de consumo en TikTok                                                                                       | 58        |
| Preferencias de contenido gastronómico                                                                             | 58        |
| <b>Planificación del contenido</b>                                                                                 | <b>59</b> |
| Desarrollo de las ideas de contenido                                                                               | 60        |
| Edición y postproducción                                                                                           | 73        |
| CapCut Pro como herramienta de edición                                                                             | 79        |
| Organización, calendarización y publicación del contenido                                                          | 80        |
| Objetivo estratégico de la semana 1                                                                                | 83        |
| Objetivo estratégico de la Semana 2                                                                                | 87        |
| Análisis estratégico de la Semana 2                                                                                | 90        |
| Objetivo estratégico de la Semana 3                                                                                | 91        |
| Objetivo estratégico de la Semana 4                                                                                | 95        |
| Objetivo estratégico de la Semana 5                                                                                | 99        |
| Objetivo estratégico de la Semana 6                                                                                | 103       |
| Objetivo estratégico de la Semana 7                                                                                | 107       |
| Objetivo estratégico de la Semana 8                                                                                | 111       |
| Objetivo estratégico de la Semana 9                                                                                | 115       |
| Seguimiento y evaluación del rendimiento                                                                           | 120       |
| Aplicación de TikTok Analytics para la evaluación de la estrategia                                                 | 122       |
| Proceso de seguimiento y optimización de la estrategia                                                             | 123       |
| Tabla X. Presupuesto estimado para la implementación de la propuesta de estrategia para TikTok de Rock and Smoked. | 126       |

|                                                                        |            |
|------------------------------------------------------------------------|------------|
| Conclusión de la Propuesta                                             | 128        |
| <b>15. Conclusiones</b>                                                | <b>129</b> |
| <b>16. Recomendaciones</b>                                             | <b>130</b> |
| <b>17. Referencias Bibliográficas</b>                                  | <b>130</b> |
| 18. Anexos                                                             | 133        |
| <b>Encuesta dirigida a los seguidores de tiktok de rock and smoked</b> | <b>133</b> |

## Acrónimos y siglas

CTA: *Call To Action* (Llamado a la acción).

KPI: *Key Performance Indicator* (Indicador Clave de Desempeño).

ROI: *Return on Investment* (Retorno de la Inversión).

SEO: *Search Engine Optimization* (Optimización para Motores de Búsqueda).

UGC: *User Generated Content* (Contenido Generado por los Usuarios).

UI: *User Interface* (Interfaz de Usuario).

UX: *User Experience* (Experiencia del Usuario).

RR. SS.: Redes Sociales.

TIC: Tecnologías de la Información y la Comunicación.

N: Tamaño de la población.

n: Tamaño de la muestra.

p: Probabilidad de éxito.

q: Probabilidad de fracaso.

e: Margen de error.

Z: Valor correspondiente al nivel de confianza en la distribución normal.

## **Dedicatoria**

Dedicamos este trabajo, en primer lugar, a Dios, por guiarnos con sabiduría, fortaleza y perseverancia durante todo este proceso académico, permitiéndonos alcanzar una de las metas más importantes de nuestra formación profesional.

A nuestras familias, por su amor, apoyo incondicional, comprensión y motivación constante. Sus enseñanzas, sacrificios y confianza en nuestras capacidades fueron fundamentales para impulsarnos a seguir adelante y no rendirnos ante los desafíos que se presentaron en el camino.

Asimismo, dedicamos este logro a todas aquellas personas que, de una u otra manera, nos brindaron su apoyo, consejos y palabras de aliento, contribuyendo a nuestro crecimiento personal y académico.

Finalmente, dedicamos este trabajo a nosotros mismos, por el esfuerzo, la disciplina, el compromiso y la perseverancia demostrados durante el desarrollo de esta investigación, reflejando el fruto del trabajo realizado para alcanzar esta importante meta.

## **Agradecimiento**

Expresamos nuestro más sincero agradecimiento a Dios por brindarnos salud, sabiduría, fortaleza y la oportunidad de culminar satisfactoriamente esta etapa de nuestra formación académica. A nuestras familias, por su apoyo incondicional, paciencia y confianza durante todo el proceso de elaboración de esta investigación. Su respaldo fue un pilar fundamental para alcanzar este logro.

Extendemos un especial agradecimiento a nuestro tutor, MSc. Francisco Miguel Juárez Medina, por su orientación, dedicación, conocimientos y valiosos aportes durante el desarrollo de esta monografía. Su acompañamiento fue esencial para fortalecer la calidad de este trabajo de investigación. Asimismo, agradecemos a la Universidad Iberoamericana de Ciencias y Tecnología (UNICIT) y a todos los docentes que formaron parte de nuestra preparación profesional, por compartir sus conocimientos y contribuir a nuestro crecimiento académico.

De igual manera, expresamos nuestro agradecimiento a la empresa Rock and Smoked por permitirnos desarrollar esta investigación y por la disposición mostrada durante el proceso de recopilación de la información.

Finalmente, agradecemos a todas las personas que participaron directa o indirectamente en esta investigación y que, con su colaboración y apoyo, hicieron posible la culminación de este trabajo.

## **Resumen**

La presente investigación tuvo como objetivo diseñar una propuesta de estrategia para el crecimiento orgánico de la marca Rock and Smoked en la plataforma TikTok durante el período de octubre a diciembre de 2026.

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con alcance descriptivo y diseño no experimental de corte transversal. Para la recolección de la información se aplicó una encuesta dirigida a usuarios de TikTok y se realizó el análisis de las métricas de la cuenta oficial de la marca, con el propósito de identificar las características de la audiencia, sus preferencias de consumo de contenido gastronómico y las oportunidades de mejora en la estrategia digital.

Los resultados evidenciaron que la audiencia utiliza frecuentemente la plataforma y muestra mayor interés por contenidos relacionados con la preparación de alimentos, promociones, experiencias de clientes y videos con alta calidad visual. Asimismo, se identificó que la cuenta de Rock and Smoked presenta un desempeño orgánico favorable, aunque requiere una planificación estratégica que optimice la frecuencia de publicación, la organización del contenido y la interacción con los usuarios.

Con base en los hallazgos obtenidos, se diseñó una propuesta de estrategia estructurada mediante pilares temáticos, un calendario editorial y un sistema de seguimiento basado en indicadores de desempeño para fortalecer el alcance, la interacción y el crecimiento orgánico de la marca. Se concluye que una estrategia de contenido planificada y orientada a las preferencias de la audiencia constituye una alternativa viable para mejorar el posicionamiento digital y consolidar la presencia de Rock and Smoked en TikTok.

## **Abstract**

This research, entitled “Digital Content Proposal for the Organic Growth of the Rock and Smoked Brand on TikTok in Managua, Nicaragua, during the period from October to December 2026”, aimed to design a digital content proposal focused on strengthening the brand’s organic growth on the platform.

The study was developed under a quantitative approach, using structured digital observation and a survey applied to a sample of 376 followers of Rock and Smoked’s official TikTok account. The information collected made it possible to identify users’ digital consumption habits, content preferences, and the elements that generate the highest levels of interaction on the platform.

The results showed that the audience frequently uses TikTok and demonstrates a strong interest in food preparation content, promotions, gastronomic experiences, and visually appealing videos. Likewise, creativity, visual quality, and product presentation were identified as key factors in attracting user attention.

Based on these findings, a structured digital content proposal was designed, including different categories of publications aimed at increasing reach, engagement, and follower growth organically. It is concluded that strategic content planning can significantly strengthen the brand’s digital presence and improve its positioning on TikTok.

Keywords: TikTok, digital content, organic growth, digital marketing, social media.

## **1. Introducción**

En la actualidad, las redes sociales se han consolidado como una de las principales herramientas de comunicación y marketing para las empresas, permitiéndoles fortalecer su presencia digital, interactuar con su audiencia y posicionar sus productos o servicios. Entre estas plataformas, TikTok ha experimentado un crecimiento significativo debido a su capacidad para generar contenido audiovisual dinámico, creativo y de alto alcance orgánico, convirtiéndose en una oportunidad estratégica para las marcas gastronómicas.

En este contexto, la marca Rock and Smoked, ubicada en Managua, Nicaragua, utiliza TikTok como un medio para compartir contenido relacionado con sus productos y su identidad basada en el estilo del rock clásico y la gastronomía BBQ. Sin embargo, para potenciar su crecimiento orgánico resulta necesario desarrollar una propuesta de estrategia estructurada que responda a los intereses de la audiencia y a las características propias del algoritmo de la plataforma.

La presente investigación, titulada “Propuesta de estrategia para el crecimiento orgánico en TikTok de la marca Rock and Smoked en Managua, Nicaragua, durante el período de octubre a diciembre de 2026”, tiene como propósito diseñar una propuesta de estrategia que contribuya a incrementar el alcance, la interacción y el posicionamiento digital de la marca mediante publicaciones creativas, visualmente atractivas y alineadas con las tendencias de TikTok.

Para el desarrollo del estudio se emplea un enfoque cuantitativo, apoyado en la recolección y análisis de información obtenida mediante instrumentos de investigación aplicados a la población objetivo. Los resultados permiten identificar las preferencias de la audiencia y sirven como base para la elaboración de una propuesta de estrategia adaptada a las necesidades de la marca y a las dinámicas de consumo de la plataforma.

Esta investigación busca aportar una herramienta práctica que fortalezca la comunicación digital de Rock and Smoked, favoreciendo su crecimiento orgánico en TikTok y contribuyendo al conocimiento sobre el uso del marketing de contenidos en el sector gastronómico de Nicaragua.

## **2. Contextualización del problema**

En los últimos años, el crecimiento de las redes sociales ha transformado la manera en que las empresas establecen comunicación con sus consumidores. Estas plataformas han dejado de ser únicamente espacios de interacción social para convertirse en herramientas estratégicas de marketing digital, permitiendo fortalecer el posicionamiento de las marcas, aumentar su visibilidad y generar relaciones más cercanas con la audiencia. Dentro de este entorno, TikTok se ha consolidado como una de las plataformas con mayor crecimiento a nivel mundial gracias a su capacidad para difundir contenido audiovisual de forma orgánica mediante su algoritmo de recomendación.

En el sector gastronómico, TikTok representa una oportunidad para que los restaurantes y negocios de alimentos promocionen sus productos mediante videos creativos, mostrando procesos de preparación, experiencias de consumo, promociones y elementos diferenciadores que influyen en la decisión de compra de los usuarios. La naturaleza visual de la plataforma favorece la interacción de la audiencia y permite que los contenidos alcancen a personas que aún no conocen la marca, contribuyendo al crecimiento orgánico sin necesidad de realizar inversiones constantes en publicidad pagada.

En Nicaragua, cada vez más empresas gastronómicas incorporan TikTok dentro de sus estrategias de comunicación digital; sin embargo, muchas de ellas desarrollan publicaciones sin una planificación estratégica que oriente la creación de contenido hacia objetivos específicos de posicionamiento, interacción y crecimiento de seguidores. Esta situación limita el

aprovechamiento de las oportunidades que ofrece la plataforma y dificulta la obtención de resultados sostenibles a largo plazo.

La marca Rock and Smoked mantiene presencia activa en TikTok mediante publicaciones relacionadas con sus productos y su identidad gastronómica. No obstante, el análisis realizado evidencia que, aunque existe una producción constante de contenido, las publicaciones responden principalmente a acciones operativas y no a una estrategia estructurada que establezca lineamientos para la planificación, organización, publicación y evaluación del contenido. Como consecuencia, se reducen las posibilidades de optimizar el alcance, fortalecer la interacción con la audiencia y consolidar el crecimiento orgánico de la cuenta.

Ante este contexto, surge la necesidad de diseñar una propuesta de estrategia que permita organizar las acciones de comunicación digital de la marca, tomando como base el análisis de las métricas de TikTok Analytics y las preferencias de la audiencia. De esta manera, la investigación busca aportar una herramienta que contribuya al fortalecimiento de la presencia digital de Rock and Smoked, favoreciendo un crecimiento orgánico sostenible y un mejor posicionamiento dentro de la plataforma durante el período comprendido entre octubre y diciembre de 2026.

### **3. Planteamiento del problema**

En la actualidad, las redes sociales como TikTok representan un canal clave para la comunicación y posicionamiento de marcas gastronómicas, permitiendo no solo la promoción de productos, sino también la construcción de identidad y conexión con la audiencia mediante contenido dinámico y audiovisual.

La marca Rock and Smoked cuenta con presencia activa en TikTok y genera contenido de manera constante, apoyándose en recursos creativos y en la calidad visual de sus publicaciones. Estas acciones evidencian un esfuerzo por mantener una comunicación digital activa y alineada con su propuesta de valor.

Sin embargo, a pesar de esta ejecución operativa, el contenido no responde a una propuesta estructurada y organizada orientada a objetivos específicos de crecimiento. La ausencia de una planificación clara limita la dirección del contenido, afectando la coherencia en los mensajes, la optimización de formatos y la capacidad de generar un crecimiento orgánico sostenido en términos de alcance, interacción y captación de seguidores.

Esta situación no radica en la falta de contenido, sino en la falta de una propuesta de estrategia que permita organizar, dirigir y evaluar las acciones dentro de la plataforma, dificultando así el aprovechamiento completo del potencial de TikTok como herramienta de crecimiento.

Ante este contexto, surge la necesidad de diseñar una propuesta de estrategia que permita estructurar y orientar la comunicación en TikTok, con el fin de fortalecer el crecimiento orgánico de la marca durante el período de octubre a diciembre de 2026.

¿Cómo una propuesta de estrategia puede orientar y fortalecer el crecimiento orgánico en TikTok de la marca Rock and Smoked en Managua, Nicaragua, ¿durante el período de octubre a diciembre de 2026?

#### **4. Justificación del estudio**

La presente investigación se justifica en la necesidad de fortalecer la gestión del contenido digital en redes sociales, particularmente en TikTok, donde la constancia en la publicación no siempre se traduce en resultados si no está respaldada por una propuesta de estrategia estructurada.

En el caso de Rock and Smoked, aunque existe una producción activa de contenido y un manejo operativo de la plataforma, la ausencia de una propuesta definida limita la capacidad de orientar estos esfuerzos hacia objetivos concretos de crecimiento orgánico.

Desde una perspectiva práctica, el diseño de una propuesta de estrategia permitirá organizar y direccionar la comunicación digital de la marca, optimizando el uso de recursos creativos ya existentes y potenciando su impacto en términos de alcance, interacción y crecimiento de seguidores.

Asimismo, esta investigación aporta un enfoque basado en la organización y planificación del contenido digital, permitiendo establecer lineamientos claros para su desarrollo, publicación y evaluación, generando un modelo aplicable tanto para la marca como para otras empresas del sector gastronómico.

La presente investigación resulta conveniente porque permitirá a la marca Rock and Smoked contar con una propuesta de estrategia para orientar la gestión de su contenido en TikTok, facilitando una planificación más organizada de las publicaciones y un mejor aprovechamiento de las oportunidades que ofrece la plataforma para fortalecer su crecimiento orgánico y su posicionamiento digital.

Desde el punto de vista práctico, la investigación proporciona una solución a la ausencia de una estrategia estructurada para la gestión del contenido digital de la marca, mediante el diseño de una propuesta que establece lineamientos para la planificación, producción, publicación y evaluación de los contenidos, favoreciendo

una comunicación más efectiva con la audiencia y un mejor desempeño dentro de la plataforma.

n el ámbito social, esta investigación beneficia tanto a la empresa como a los usuarios que interactúan con su contenido, al promover la creación de publicaciones de mayor calidad, creatividad y valor informativo. Asimismo, los resultados podrán servir como referencia para otras empresas del sector gastronómico interesadas en fortalecer su presencia digital mediante estrategias de crecimiento orgánico en TikTok.

Desde la perspectiva metodológica, la investigación se justifica por la utilización de un enfoque cuantitativo, el cual permitió recopilar y analizar información objetiva a través de la aplicación de encuestas a los seguidores de la cuenta y del análisis de las métricas proporcionadas por TikTok Analytics. La información obtenida permitió fundamentar el diseño de la propuesta de estrategia y dar respuesta a los objetivos planteados en la investigación.

## 5. Objetivos

### Objetivo general

Diseñar una propuesta de estrategia para el crecimiento orgánico en TikTok de la marca Rock and Smoked en Managua, Nicaragua, durante el período de octubre a diciembre de 2026.

### Objetivo específico

- Analizar el estado actual de la cuenta de TikTok de Rock and Smoked
- Analizar las preferencias e intereses de la audiencia de Rock and Smoked mediante la aplicación de encuesta, con el propósito de fundamentar la propuesta de estrategia.
- Diseñar una propuesta de estrategia orientada al fortalecimiento del crecimiento orgánico de la cuenta de TikTok de Rock and Smoked, tomando como base los resultados obtenidos durante la investigación.

## **6. Hipótesis**

El diseño de una propuesta de estrategia para el crecimiento orgánico en TikTok de la marca Rock and Smoked en Managua, Nicaragua, contribuirá al fortalecimiento de su presencia digital y al incremento de la interacción con su audiencia durante el período de octubre a diciembre de 2026.

## **7. Alcances y limitaciones**

La presente investigación se enfocará en el diseño e implementación de una propuesta de estrategia para la cuenta de TikTok de la marca Rock and Smoked durante el período de octubre a diciembre de 2026.

El estudio abarcará el análisis del estado actual de la cuenta, la planificación de contenido audiovisual y la evaluación de métricas relacionadas con el crecimiento orgánico, tales como alcance, interacción, visualizaciones y captación de seguidores.

Asimismo, la investigación incluirá la participación activa del equipo encargado de la gestión de la cuenta en procesos de grabación, producción y publicación de contenido, con el propósito de aplicar la propuesta diseñada y medir su desempeño dentro de la plataforma.

La investigación estará limitada únicamente al análisis y aplicación de contenido digital dentro de la plataforma TikTok, excluyendo otras redes sociales utilizadas por la marca.

Asimismo, el estudio se desarrollará durante el período de octubre a diciembre de 2026, por lo que los resultados obtenidos corresponderán exclusivamente a ese intervalo de tiempo.

Otra limitación corresponde a la naturaleza cambiante del algoritmo y comportamiento de la plataforma TikTok, factores externos que pueden influir en el alcance y rendimiento del contenido publicado.

Los resultados dependen de los recursos creativos, disponibilidad del equipo de trabajo y condiciones operativas de la marca durante el desarrollo de la investigación.

## **8. Marco teórico**

### **Marketing digital**

El marketing digital comprende la aplicación de acciones comerciales mediante plataformas y medios digitales con el objetivo de promocionar productos o servicios, fortalecer la relación con los consumidores y posicionar marcas dentro del entorno online. Quijije et al. (2016) sostienen que el marketing digital constituye una estrategia que aprovecha las herramientas tecnológicas para facilitar la comunicación entre las organizaciones y sus públicos objetivos.

Asimismo, Fonseca Barrado (2020) señala que una de las principales ventajas del marketing digital es la posibilidad de medir los resultados en tiempo real mediante indicadores como el alcance, las interacciones, las conversiones y el crecimiento de la audiencia.

### **Evolución del marketing digital**

La evolución del marketing digital ha estado marcada por el desarrollo tecnológico y los cambios en el comportamiento de los consumidores. Vidal (2016) explica que la expansión de Internet y de las redes sociales transformó la forma en que las empresas promocionan sus productos, permitiendo una comunicación más participativa e inmediata con los usuarios.

### **Importancia del marketing digital en las empresas**

En el ámbito empresarial, el marketing digital contribuye al fortalecimiento de la visibilidad de las marcas, la comunicación con los consumidores y la optimización de los recursos destinados a la promoción. En este sentido, Pitre-Redondo et al. (2021) destacan que las estrategias digitales representan una ventaja competitiva para las organizaciones al facilitar una mayor cercanía con el mercado.

## **Marketing digital en redes sociales**

Las redes sociales constituyen uno de los principales escenarios del marketing digital, ya que permiten establecer una comunicación directa mediante contenido visual y audiovisual. Mera-Plaza et al. (2022) indican que estas plataformas favorecen el posicionamiento de las marcas y fortalecen la relación con los consumidores.

### **Redes sociales**

Las redes sociales son plataformas digitales que permiten a los usuarios crear perfiles, compartir contenido e interactuar dentro de comunidades virtuales. Flores Cueto et al. (2009) las describen como espacios que facilitan el intercambio de información y la creación de vínculos entre personas y organizaciones.

### **Comunicación digital en redes sociales**

La comunicación digital consiste en transmitir información mediante plataformas tecnológicas con el propósito de informar, conectar e interactuar con los usuarios. Sarmiento y Reinoso (2021) consideran que una adecuada gestión de la comunicación digital fortalece la presencia de las organizaciones en redes sociales.

### **Redes sociales en el sector gastronómico**

Dentro del sector gastronómico, las redes sociales desempeñan un papel fundamental debido al impacto visual que generan las imágenes y videos relacionados con alimentos y experiencias culinarias. Decanini et al. (2025) afirman que este tipo de contenido influye significativamente en el comportamiento de los consumidores.

### **TikTok como plataforma digital**

TikTok es una red social basada en la creación y consumo de videos cortos, caracterizada por su formato dinámico y su capacidad para viralizar contenido.

Khiri Karrouchi (2024) destaca que esta plataforma se ha consolidado como una de las herramientas digitales con mayor crecimiento para las estrategias de marketing.

### **Funcionamiento del algoritmo de TikTok**

El algoritmo de TikTok recomienda contenido de acuerdo con el comportamiento de cada usuario, considerando factores como el tiempo de visualización, las interacciones y el contenido compartido. Fernández y Stan (2024) explican que este sistema de recomendaciones favorece la difusión de publicaciones relevantes para cada audiencia.

### **Creación de contenido digital**

La creación de contenido digital consiste en desarrollar materiales audiovisuales orientados a informar, entretener o conectar con una audiencia específica. Borja (2021) señala que el contenido representa uno de los principales recursos para captar la atención del público y fortalecer la comunicación de las marcas.

### **Planificación y propuesta de estrategia**

La planificación del contenido implica organizar las publicaciones de acuerdo con los objetivos de la organización y las características del público objetivo. Campo (2021) indica que una adecuada propuesta de estrategia permite mantener coherencia entre la identidad de la marca y los intereses de la audiencia.

### **Gestión y contenido creativo en redes sociales**

El contenido creativo favorece la interacción de los usuarios mediante formatos innovadores y publicaciones dinámicas. Asimismo, la segmentación facilita adaptar los mensajes a grupos específicos de consumidores según sus intereses y comportamientos, fortaleciendo la efectividad de las estrategias digitales.

## **Crecimiento orgánico en redes sociales**

El crecimiento orgánico se refiere al incremento natural del alcance, las interacciones y los seguidores sin recurrir a publicidad pagada. Medel Vivas (2018) sostiene que este crecimiento depende de la calidad del contenido, la constancia en las publicaciones y la interacción generada por la audiencia.

## **Métricas digitales**

Para evaluar el desempeño del contenido publicado se utilizan métricas como el alcance, el engagement, la cantidad de seguidores y el rendimiento del contenido. Moncayo y Zevallos (2018) indican que estos indicadores permiten analizar el impacto de las estrategias implementadas en redes sociales.

## **Diferencia entre crecimiento orgánico y pagado**

Mientras el crecimiento orgánico busca ampliar la presencia digital mediante contenido de valor, el crecimiento pagado requiere inversión económica para alcanzar públicos específicos. González Guerrero (2025) señala que ambas estrategias pueden complementarse dependiendo de los objetivos de la organización.

## **Factores que influyen en el crecimiento orgánico**

Entre los principales factores que favorecen el crecimiento orgánico se encuentran la calidad del contenido, la creatividad, la frecuencia de publicación, la interacción de los usuarios y la adaptación al algoritmo de la plataforma. Fernández y Stan (2024) destacan que comprender el funcionamiento del algoritmo permite mejorar la visibilidad de las publicaciones.

## **Marketing gastronómico**

El marketing gastronómico consiste en la aplicación de estrategias de mercadeo dirigidas al sector de alimentos y bebidas con el propósito de generar experiencias memorables para los consumidores. Cabrera (2013) sostiene que la experiencia

del cliente constituye uno de los principales elementos diferenciadores dentro del mercado gastronómico.

### **Comportamiento del consumidor gastronómico en redes sociales**

El consumidor gastronómico utiliza las redes sociales como una fuente de información y referencia antes de tomar decisiones de compra. Martínez (2025) explica que el contenido publicado en estas plataformas influye en la percepción de los establecimientos y en la intención de consumo.

### **Influencia del contenido visual en gastronomía**

El contenido visual desempeña un papel determinante en la promoción de productos gastronómicos. Bazan y Agapito (2024) señalan que las imágenes y videos de alimentos incrementan el interés de los usuarios y fortalecen las estrategias de marketing digital.

### **Experiencia gastronómica digital**

La experiencia gastronómica digital comprende las interacciones que los consumidores mantienen con las marcas mediante plataformas digitales antes, durante y después del consumo. Santander et al. (2021) destacan que estas experiencias fortalecen el posicionamiento de los negocios gastronómicos y favorecen la fidelización de los clientes.

## 9. Estado del arte

El crecimiento acelerado de las redes sociales ha impulsado el desarrollo de diversas investigaciones orientadas a comprender el impacto del marketing digital en el posicionamiento de las marcas y en el comportamiento de los consumidores. Dentro de este contexto, TikTok ha despertado un interés creciente en el ámbito académico debido a su capacidad para generar altos niveles de alcance e interacción mediante contenido audiovisual distribuido de forma orgánica por su algoritmo.

Las investigaciones recientes coinciden en que la creación de contenido estratégico constituye uno de los principales factores para fortalecer la presencia digital de las organizaciones. Diversos estudios destacan que la planificación del contenido, la creatividad, la frecuencia de publicación y el conocimiento de las preferencias de la audiencia influyen de manera significativa en el alcance y el nivel de interacción obtenido en las plataformas digitales. Asimismo, se reconoce que el uso adecuado de las métricas permite evaluar el desempeño de las publicaciones y orientar la toma de decisiones para optimizar los resultados.

En el sector gastronómico, la literatura evidencia que las redes sociales representan una herramienta fundamental para promocionar productos, fortalecer la imagen de marca y generar experiencias que influyen en la decisión de compra de los consumidores. Las investigaciones consultadas señalan que los contenidos relacionados con la preparación de alimentos, la presentación visual de los platillos, las promociones y las experiencias de los clientes suelen generar mayores niveles de interés e interacción por parte de la audiencia.

Respecto a TikTok, los estudios analizados coinciden en que su algoritmo favorece la difusión del contenido con altos niveles de retención e interacción, permitiendo que las publicaciones alcancen usuarios que no forman parte de la comunidad de seguidores de una marca. Esta característica convierte a la plataforma en una

oportunidad para que las empresas incrementen su alcance y fortalezcan su crecimiento orgánico sin depender exclusivamente de campañas publicitarias pagadas.

No obstante, la revisión de los antecedentes permite identificar que gran parte de las investigaciones se centran en explicar el funcionamiento del marketing digital y la influencia de TikTok en distintos sectores económicos, mientras que existe una menor producción de estudios orientados al diseño de propuestas estratégicas específicas para empresas gastronómicas en el contexto nicaragüense. Esta situación evidencia un vacío de conocimiento que justifica el desarrollo de la presente investigación.

En ese sentido, la presente monografía busca contribuir a dicho campo mediante el diseño de una propuesta de estrategia para el crecimiento orgánico en TikTok de la marca Rock and Smoked, fundamentada en el análisis de las métricas de la cuenta oficial y en las preferencias de su audiencia. De esta manera, el estudio aporta una propuesta aplicable al contexto de la empresa y ofrece un referente para futuras investigaciones relacionadas con el marketing digital y las estrategias de contenido en el sector gastronómico.

## **10. Perspectiva teórica asumida**

La presente investigación se fundamenta en la perspectiva del marketing digital orientado a la creación de contenido estratégico para redes sociales, considerando que las plataformas digitales constituyen herramientas fundamentales para fortalecer la comunicación entre las organizaciones y sus públicos objetivos. Desde este enfoque, el crecimiento orgánico en TikTok depende de la planificación del contenido, la comprensión de las preferencias de la audiencia y el análisis permanente de las métricas de desempeño que permiten optimizar las estrategias implementadas.

Asimismo, la investigación asume que TikTok representa una plataforma con características particulares, cuyo algoritmo favorece la difusión del contenido en función del nivel de interacción, el tiempo de visualización y la relevancia que las publicaciones generan entre los usuarios. En consecuencia, el diseño de una estrategia debe responder tanto a las dinámicas propias de la plataforma como a las necesidades e intereses del público objetivo.

Desde la perspectiva del marketing gastronómico, se considera que el contenido visual desempeña un papel determinante en la percepción de los consumidores, debido a que la presentación de los alimentos, la creatividad audiovisual y las experiencias compartidas influyen en el interés y la intención de consumo. Por ello, la propuesta de estrategia desarrollada para Rock and Smoked prioriza la producción de contenido que resalte la calidad de los productos, la experiencia gastronómica y los elementos diferenciadores de la marca.

De igual manera, esta investigación adopta un enfoque basado en la planificación estratégica del contenido digital, entendiendo que la obtención de resultados sostenibles no depende únicamente de la frecuencia de publicación, sino también de la organización de los contenidos, la definición de objetivos, el seguimiento de indicadores de desempeño y la evaluación continua de los resultados obtenidos.

En este sentido, la perspectiva teórica asumida integra los aportes del marketing digital, el funcionamiento del algoritmo de TikTok, la creación de contenido estratégico, el crecimiento orgánico en redes sociales y el marketing gastronómico como fundamentos que orientan el desarrollo de la investigación y sustentan la propuesta de estrategia planteada para fortalecer la presencia digital de la marca Rock and Smoked.

## 11. Variables e indicadores

La presente investigación se desarrolla a partir de dos variables principales: la variable independiente, correspondiente a la propuesta de estrategia para TikTok, y la variable dependiente, relacionada con el crecimiento orgánico de la cuenta de la marca Rock and Smoked. Ambas variables se operacionalizan mediante dimensiones e indicadores que permiten orientar la recolección, análisis e interpretación de la información obtenida durante el estudio.

| Variable                                                              | Definición conceptual                                                                                                                                                          | Dimensiones                                                                                                | Indicadores                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Variable independiente:</b><br>Propuesta de estrategia para TikTok | Conjunto de acciones planificadas y organizadas orientadas a fortalecer la comunicación digital de la marca mediante la creación y gestión estratégica de contenido en TikTok. | Diagnóstico de la cuenta, planificación del contenido, producción de contenido, publicación y seguimiento. | Análisis de métricas, pilares de contenido, calendario de publicaciones, frecuencia de publicación, tipos de contenido, horarios de publicación, evaluación de resultados. |

|                                                                |                                                                                                                                                                                                                         |                                                                      |                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Variable dependiente:</b><br>Crecimiento orgánico en TikTok | Incremento natural del alcance, la interacción y la comunidad de seguidores de la cuenta sin recurrir a publicidad pagada, como resultado de una estrategia de contenido alineada con las preferencias de la audiencia. | Alcance, interacción, posicionamiento y crecimiento de la audiencia. | Visualizaciones, alcance, engagement, “Me gusta”, comentarios, compartidos, guardados, visitas al perfil, nuevos seguidores y rendimiento de las publicaciones. |
|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

La operacionalización de estas variables permitió orientar el proceso de investigación desde la recopilación de la información hasta el diseño de la propuesta de estrategia. Asimismo, los indicadores seleccionados corresponden a las principales métricas proporcionadas por TikTok Analytics y a los resultados obtenidos mediante la encuesta aplicada a la audiencia de la marca, constituyendo la base para evaluar el comportamiento de la cuenta e identificar oportunidades de mejora.

## **12. Metodología de la investigación**

### **Enfoque de la investigación**

La presente investigación posee un enfoque cuantitativo, debido a que se basa en la recolección, medición y análisis de datos numéricos relacionados con el comportamiento y crecimiento de la cuenta de TikTok de la marca Rock and Smoked. Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2018) señalan que el enfoque cuantitativo utiliza la medición y el análisis estadístico para responder a los objetivos de investigación y comprobar hipótesis mediante datos numéricos.

Asimismo, la investigación se apoyará en métricas propias de la plataforma TikTok, tales como alcance, visualizaciones, interacciones, engagement, cantidad de seguidores y rendimiento del contenido. Estas métricas permitirán evaluar el impacto de la propuesta de estrategia implementada.

### **Diseño de la investigación**

La presente investigación corresponde a un diseño no experimental, debido a que no se manipularon de manera intencional las variables de estudio. Hernández Sampieri et al. (2018) indican que en este tipo de diseño los fenómenos se observan tal como ocurren en su contexto natural, sin intervenir sobre ellos.

Asimismo, el estudio posee un alcance descriptivo, ya que busca describir las características y el comportamiento de las métricas de la cuenta de TikTok de Rock and Smoked antes y después de la implementación de la propuesta. Bernal Torres (2016) afirma que la investigación descriptiva tiene como finalidad especificar las propiedades y características de un fenómeno determinado.

De igual manera, la investigación presenta un enfoque aplicado, debido a que pretende diseñar e implementar una propuesta de estrategia orientada al fortalecimiento del crecimiento orgánico de la marca en TikTok.

El estudio será de tipo longitudinal, debido a que se realizará un seguimiento continuo de las métricas y resultados obtenidos durante un período determinado. Hernández Sampieri et al. (2018) explican que los estudios longitudinales permiten analizar los cambios que experimentan las variables a través del tiempo.

### **Población**

La población de estudio está conformada por los seguidores de la cuenta oficial de TikTok de la marca Rock and Smoked (@rockandsmoked).

De acuerdo con los datos obtenidos mediante TikTok Analytics, la cuenta posee aproximadamente 16,200 seguidores, cantidad que será considerada como población total (N).

Arias (2012) define la población como el conjunto de elementos o individuos que poseen características comunes y sobre los cuales se desea obtener información para desarrollar una investigación.

### **Muestra**

La muestra estará conformada por seguidores de la cuenta oficial de TikTok de Rock and Smoked. Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la fórmula para poblaciones finitas menores de 100,000 individuos, utilizando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

Como resultado del cálculo realizado, se obtuvo una muestra de 376 seguidores. Bernal Torres (2016) señala que la muestra constituye una parte representativa de la población, seleccionada con el propósito de obtener información válida para el estudio.

### **Tipo de muestreo**

La investigación utilizará un muestreo probabilístico, específicamente el muestreo aleatorio simple, debido a que este método permite que todos los individuos de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados.

Hernández Sampieri et al. (2018) explican que el muestreo probabilístico garantiza igualdad de oportunidades para todos los elementos de la población, favoreciendo la representatividad de la muestra.

### **Fórmula para el cálculo de la muestra**

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula para poblaciones finitas:

$$n = (N Z^2 p q) / e^2 (N-1) + Z^2 p q$$

Donde:

N = 16,200 (población) Z = 1.96 (nivel de confianza del 95%) p = 0.5 (probabilidad de éxito) q = 0.5 (probabilidad de fracaso) e = 0.05 (margen de error)

### **Sustitución de valores**

$$n = 16,200(1.96)^2(0.5)(0.5) / (0.05)^2(16,200-1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)$$

Resultado = 376

Por lo tanto, la muestra estará conformada por 376 seguidores de la cuenta oficial de TikTok de Rock and Smoked. Arias (2012) y Bernal Torres (2016) indican que esta fórmula es ampliamente utilizada para calcular el tamaño de la muestra en investigaciones con poblaciones finitas.

### **Técnicas de recolección de datos**

Para la presente investigación se utilizarán las técnicas de observación digital estructurada y encuesta.

La observación digital estructurada permitirá analizar métricas generadas por TikTok Analytics, tales como alcance, visualizaciones, engagement, interacción y crecimiento de seguidores.

Asimismo, se aplicará una encuesta dirigida a seguidores de la cuenta oficial de TikTok de Rock and Smoked, con el objetivo de conocer preferencias e intereses respecto al contenido digital desarrollado por la marca.

### **Instrumentos de recolección de datos**

Ficha de observación digital

Instrumento utilizado para registrar y analizar las métricas obtenidas mediante TikTok Analytics.

### **Cuestionario**

Instrumento conformado por preguntas cerradas y de opción múltiple dirigido a los seguidores de la cuenta oficial de TikTok de Rock and Smoked.

### **Fuente de datos**

La información utilizada en la investigación será obtenida directamente de TikTok Analytics y de las respuestas proporcionadas por los participantes de la encuesta.

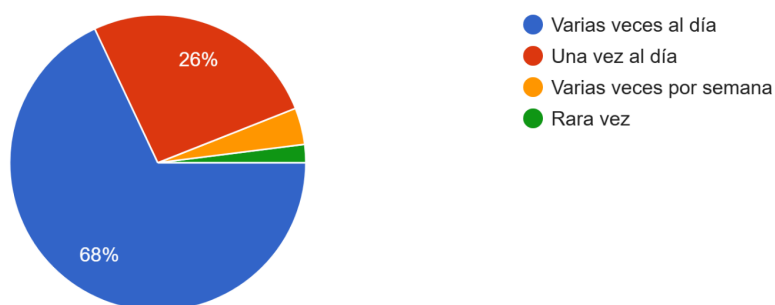
### 13. Resultados

Los resultados obtenidos mediante la aplicación de la encuesta permitieron conocer los hábitos de consumo digital de los usuarios, su nivel de interacción dentro de TikTok y las preferencias relacionadas con el contenido gastronómico. Esta información resulta fundamental para el desarrollo de la propuesta de estrategia de Rock and Smoked, ya que proporciona evidencia sobre los elementos que generan mayor interés y participación dentro de la plataforma.

**Tabla 1**

¿Con qué frecuencia utiliza TikTok?

100 respuestas



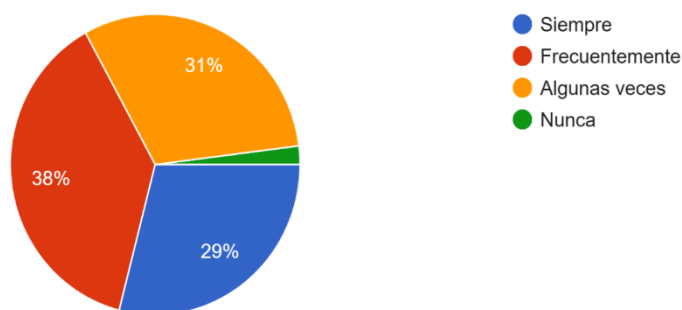
En primer lugar, respecto a la frecuencia de uso de TikTok, el 68% de los encuestados manifestó utilizar la aplicación varias veces al día, mientras que un 26% indicó acceder una vez al día. Por su parte, únicamente el 4% afirmó utilizarla varias veces por semana y el 2% señaló hacerlo rara vez. Estos resultados reflejan que el 94% de los participantes mantiene un contacto diario con la plataforma, lo que evidencia el alto nivel de penetración que posee TikTok dentro de los hábitos digitales de los usuarios. Este comportamiento representa una ventaja significativa para las marcas gastronómicas, ya que aumenta las posibilidades de exposición constante de los contenidos publicados. Asimismo, demuestra que TikTok se ha consolidado como un medio de entretenimiento e información de consumo.

frecuente, permitiendo que las empresas establezcan una comunicación más cercana y continua con su audiencia.

**Tabla 2**

¿Con qué frecuencia interactúa con contenido gastronómico en TikTok?

100 respuestas



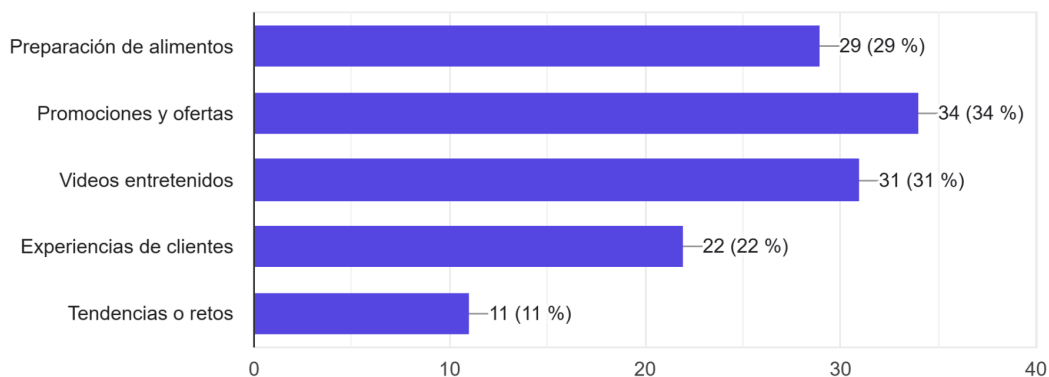
En primer lugar, respecto a la frecuencia de uso de TikTok, el 68% de los encuestados manifestó utilizar la aplicación varias veces al día, mientras que un 26% indicó acceder una vez al día. Por su parte, únicamente el 4% afirmó utilizarla varias veces por semana y el 2% señaló hacerlo rara vez. Estos resultados reflejan que el 94% de los participantes mantiene un contacto diario con la plataforma, lo que evidencia el alto nivel de penetración que posee TikTok dentro de los hábitos digitales de los usuarios.

Este comportamiento representa una ventaja significativa para las marcas gastronómicas, ya que aumenta las posibilidades de exposición constante de los contenidos publicados. Asimismo, demuestra que TikTok se ha consolidado como un medio de entretenimiento e información de consumo frecuente, permitiendo que las empresas establezcan una comunicación más cercana y continua con su audiencia.

**Tabla 3**

¿Qué tipo de contenido gastronómico le interesa más en TikTok? (Puede seleccionar varias opciones)

100 respuestas



Al analizar los tipos de contenido gastronómico que despiertan mayor interés, se identificó que las promociones y ofertas alcanzaron el porcentaje más alto con un 34%, seguidas de los videos entretenidos con un 31% y los contenidos relacionados con la preparación de alimentos con un 29%. Por otra parte, las experiencias de clientes obtuvieron un 22%, mientras que las tendencias o retos registraron únicamente un 11%. Estos resultados demuestran que los usuarios no buscan exclusivamente entretenimiento, sino también beneficios concretos y contenido que aporte valor.

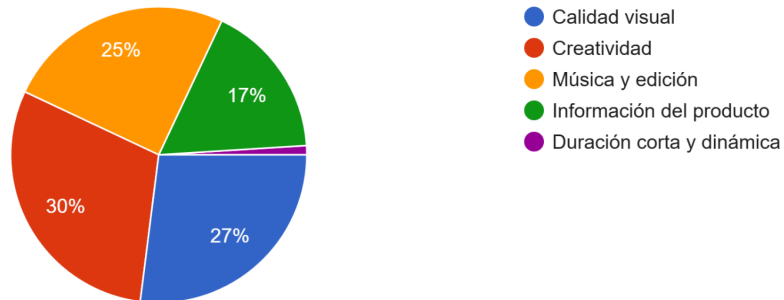
El interés mostrado hacia promociones y ofertas refleja la importancia que tienen los incentivos económicos dentro del comportamiento del consumidor digital. Asimismo, el elevado interés por los videos de preparación de alimentos indica que las personas desean conocer los procesos detrás de los productos que consumen, lo que genera una sensación de transparencia, autenticidad y confianza hacia la marca. En contraste, el bajo porcentaje obtenido por las tendencias confirma que la audiencia prioriza contenidos genuinos y relacionados

con la identidad del negocio por encima de la simple adaptación a modas pasajeras.

**Tabla 4**

¿Qué elemento considera más importante en un video gastronómico?

100 respuestas



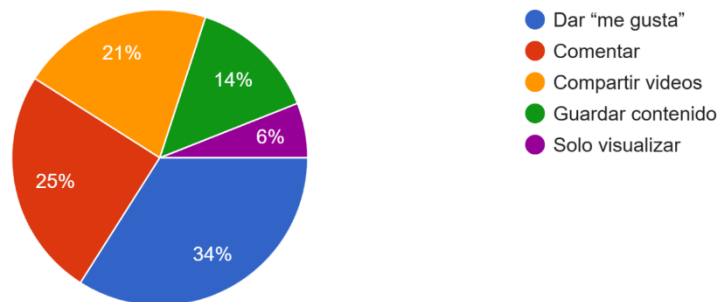
Respecto a los elementos considerados más importantes dentro de un video gastronómico, la creatividad obtuvo el porcentaje más alto con un 30%, seguida de la calidad visual con un 27% y la música y edición con un 25%. La información sobre el producto alcanzó un 17%, mientras que la duración corta y dinámica obtuvo apenas un porcentaje mínimo. Estos resultados permiten comprender que la audiencia no se limita a observar únicamente el producto final, sino que valora la manera en que este es presentado.

La creatividad se posiciona como el principal factor de atracción, lo que demuestra que los usuarios buscan experiencias audiovisuales diferenciadas y capaces de generar emociones o curiosidad. De igual forma, la relevancia de la calidad visual y la edición confirma la necesidad de producir contenidos técnicamente atractivos que transmitan profesionalismo y refuerzan la percepción positiva de la marca. Esto implica que la propuesta de estrategia de Rock and Smoked debe enfocarse en combinar una narrativa creativa con una producción audiovisual de alta calidad.

**Tabla 5**

¿Qué tipo de interacción realiza con mayor frecuencia en TikTok?

100 respuestas



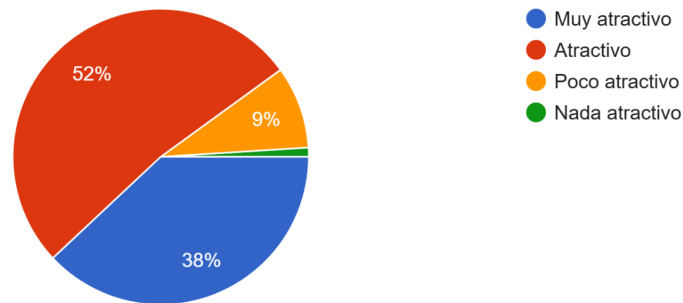
En cuanto a las formas de interacción más frecuentes dentro de TikTok, el 34% de los participantes indicó que suele dar “me gusta” a los videos, el 25% comentó publicaciones, el 21% compartió contenido con otros usuarios y el 14% guardó videos para visualizarlos posteriormente. Solamente el 6% manifestó limitarse a observar sin realizar ningún tipo de interacción. Estos resultados evidencian una audiencia altamente participativa, ya que el 94% realiza alguna acción más allá de la simple visualización.

La elevada proporción de usuarios que comentan y comparten contenido demuestra que existe potencial para generar conversaciones y ampliar el alcance de las publicaciones mediante recomendaciones entre usuarios. Por lo tanto, la propuesta de estrategia deberá incorporar llamados a la acción estratégicos, preguntas abiertas y formatos que incentiven la participación activa de la comunidad.

**Tabla 6**

¿Considera atractivo el contenido publicado por Rock and Smoked en TikTok?

100 respuestas



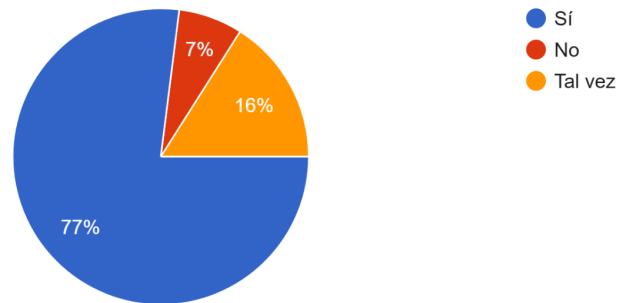
En relación con la percepción del contenido actual de Rock and Smoked, el 52% de los encuestados lo calificó como atractivo y el 38% como muy atractivo. En conjunto, ambas categorías representan un 90% de valoración positiva. Por otro lado, únicamente el 9% consideró que el contenido es poco atractivo y apenas el 1% manifestó que no resulta atractivo.

Estos datos reflejan que la marca ya posee una percepción favorable dentro de su audiencia digital, lo que constituye una fortaleza importante para el desarrollo de futuras acciones de contenido. Sin embargo, también sugieren que existe margen de mejora para transformar una percepción positiva en una experiencia digital más impactante, capaz de incrementar la interacción, la fidelización y la conversión de seguidores en clientes.

**Tabla 7**

¿Considera que el contenido de TikTok influye en su decisión de visitar o consumir en un restaurante?

100 respuestas



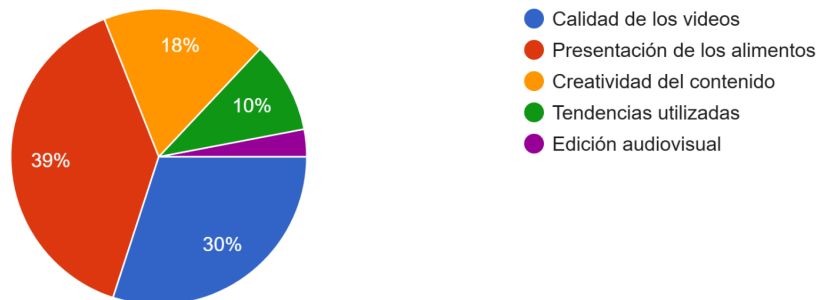
Uno de los resultados más significativos del estudio corresponde a la influencia que ejerce TikTok sobre las decisiones de consumo. El 77% de los encuestados afirmó que el contenido visualizado en la plataforma influye directamente en su decisión de visitar o consumir en un restaurante, mientras que el 16% respondió “tal vez” y únicamente el 7% indicó que no existe influencia. Esto significa que el 93% de los participantes reconoce, en mayor o menor medida, la capacidad de TikTok para afectar sus decisiones de compra.

Este hallazgo confirma la relevancia estratégica de la plataforma dentro del sector gastronómico, ya que demuestra que un contenido atractivo puede convertirse en un factor determinante para atraer clientes potenciales hacia el establecimiento.

**Tabla 8**

¿Qué aspecto le llama más la atención al ver una cuenta gastronómica en TikTok?

100 respuestas



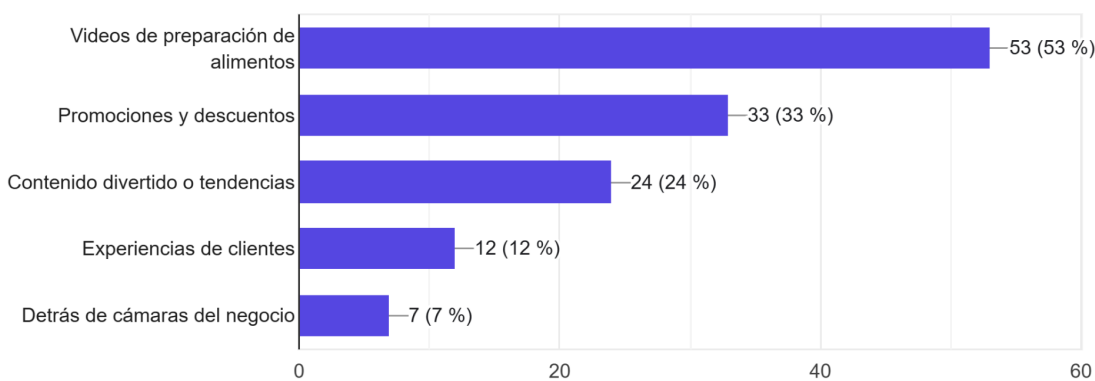
Al evaluar los aspectos que más llaman la atención al observar una cuenta gastronómica en TikTok, la presentación de los alimentos obtuvo el porcentaje más elevado con un 39%, seguida de la calidad de los videos con un 30%. Posteriormente se ubicaron la creatividad del contenido con un 18%, las tendencias utilizadas con un 10% y la edición audiovisual con un porcentaje considerablemente menor. Estos resultados evidencian que el principal elemento de atracción para los usuarios es la forma en que se presentan visualmente los alimentos.

En otras palabras, la apariencia del producto constituye el primer estímulo que influye en la atención y el interés de la audiencia. Esto refuerza la necesidad de producir contenido donde los platillos sean protagonistas, utilizando planos cerrados, movimientos de cámara dinámicos, iluminación adecuada y recursos audiovisuales que potencien el atractivo visual de los productos.

**Tabla 9**

¿Qué tipo de contenido le gustaría ver con mayor frecuencia en la cuenta de TikTok de Rock and Smoked? (Puede seleccionar varias opciones)

100 respuestas



Al consultar qué tipo de contenido les gustaría ver con mayor frecuencia en la cuenta de TikTok de Rock and Smoked, los videos de preparación de alimentos obtuvieron el mayor porcentaje con un 53%, seguidos por promociones y descuentos con un 33%, contenido divertido con un 24%, experiencias de clientes con un 12% y contenido detrás de cámaras con un 7%. Estos resultados reflejan claramente las expectativas de la audiencia respecto a la comunicación digital de la marca.

Más de la mitad de los participantes desea conocer el proceso de elaboración de los productos, lo que demuestra un interés genuino por observar la preparación de los alimentos y descubrir aquello que ocurre detrás del producto final. De igual manera, la importancia otorgada a promociones y descuentos evidencia la necesidad de combinar contenidos de entretenimiento con publicaciones orientadas a estimular la compra y aumentar la afluencia de clientes al restaurante.

En términos generales, los resultados permiten concluir que la audiencia objetivo de Rock and Smoked mantiene una alta actividad dentro de TikTok, interactúa constantemente con contenido gastronómico y otorga especial importancia a la

creatividad, la calidad visual y la presentación de los alimentos. Asimismo, se comprobó que el contenido publicado en la plataforma posee una influencia significativa sobre las decisiones de consumo de los usuarios. Por lo tanto, la propuesta de estrategia deberá enfocarse en la creación de videos visualmente atractivos, creativos y auténticos, priorizando la preparación de alimentos, la presentación de los productos y la generación de experiencias capaces de fortalecer el posicionamiento digital de la marca y contribuir al crecimiento orgánico de su comunidad en TikTok.

## 14. Discusión

Los resultados obtenidos durante la investigación permitieron analizar el comportamiento de los usuarios de TikTok y comprender las preferencias de consumo de contenido digital relacionadas con el sector gastronómico. La información recopilada evidencia que la plataforma representa un espacio con alto potencial para el desarrollo de estrategias de comunicación digital, debido a la frecuencia con la que los usuarios interactúan con este tipo de contenido y al interés que muestran por publicaciones creativas y visualmente atractivas.

En relación con la frecuencia de uso de TikTok, los resultados reflejan que la mayoría de los participantes accede diariamente a la plataforma, lo que permite inferir que existe una oportunidad para que las empresas del sector gastronómico mantengan una comunicación constante con su público objetivo. Este comportamiento coincide con lo planteado en el marco teórico, donde se destaca que la permanencia y actividad de los usuarios en las plataformas digitales favorecen la visibilidad del contenido cuando este responde a sus intereses.

Asimismo, el alto nivel de interacción con contenido gastronómico evidencia que los usuarios muestran interés por publicaciones relacionadas con la preparación de alimentos, promociones y experiencias culinarias. De igual manera, la valoración otorgada a la creatividad y la calidad visual de los videos permite interpretar que la audiencia busca contenidos que, además de informar, generen entretenimiento y capten su atención. Estos resultados proporcionan una base para orientar el diseño de estrategias de contenido acordes con las preferencias identificadas.

Por otra parte, las formas de interacción manifestadas por los encuestados, como reaccionar, comentar, compartir y guardar publicaciones, reflejan una participación activa dentro de la plataforma. Este comportamiento permite considerar que el desarrollo de contenidos planificados y adaptados a las características del público

podría favorecer una mayor interacción con la marca, aspecto que la literatura especializada identifica como un elemento importante dentro de las estrategias de marketing digital.

Respecto a la percepción del contenido actual de Rock and Smoked, los resultados muestran una valoración mayoritariamente positiva, lo que sugiere que la marca cuenta con una base favorable para fortalecer su comunicación digital. No obstante, los datos también evidencian la conveniencia de establecer una planificación más estructurada del contenido, con el propósito de mantener una presencia constante y alineada con las preferencias de la audiencia.

Otro hallazgo relevante corresponde a la influencia que los participantes atribuyen al contenido de TikTok en sus decisiones de consumo. Una parte importante de los encuestados manifestó que las publicaciones de carácter gastronómico pueden influir en su intención de visitar o consumir en determinados establecimientos. Este resultado permite reconocer la importancia que tiene el contenido digital como herramienta de comunicación y promoción para las empresas del sector, sin que ello implique afirmar un impacto directo en el comportamiento de compra dentro del contexto específico de esta investigación.

En función de los hallazgos obtenidos, se considera que los objetivos planteados en la investigación fueron alcanzados, ya que fue posible identificar las preferencias de la audiencia, analizar el comportamiento de los usuarios dentro de TikTok y, con base en esta evidencia, diseñar una propuesta de estrategia orientada a las necesidades identificadas. Sin embargo, debido a que dicha propuesta no fue implementada durante el desarrollo del estudio, no es posible evaluar su efecto sobre el crecimiento orgánico de la cuenta de TikTok de Rock and Smoked.

En consecuencia, los resultados obtenidos permiten sustentar el diseño de una propuesta de estrategia fundamentada en las características y preferencias de la

audiencia analizada. Asimismo, la investigación aporta información que puede servir de referencia para futuras estrategias de comunicación digital en el sector gastronómico. No obstante, se recomienda que investigaciones posteriores implementen y evalúen la propuesta mediante indicadores de desempeño que permitan medir objetivamente su impacto en el crecimiento orgánico y en la interacción de la audiencia con la marca.

## **PROPUESTA DE ESTRATEGIA PARA EL CRECIMIENTO ORGÁNICO EN TIKTOK DE LA MARCA ROCK AND SMOKED**

### **Introducción**

La presente propuesta de estrategia tiene como finalidad contribuir al crecimiento orgánico de la cuenta de TikTok de la marca Rock and Smoked mediante la planificación y creación de contenido alineado con los intereses de la audiencia y las características de la plataforma.

La propuesta surge a partir del análisis de la situación actual de la cuenta, los resultados obtenidos mediante la encuesta aplicada a los seguidores y la revisión de métricas digitales proporcionadas por TikTok Analytics. Su implementación busca fortalecer la presencia digital de la marca, incrementar el alcance de las publicaciones, fomentar la interacción de los usuarios y favorecer el crecimiento sostenido de seguidores durante el período de octubre a diciembre de 2026.

La propuesta se fundamenta en la creación de contenido para la audiencia, aprovechando las herramientas y formatos audiovisuales que caracterizan a TikTok como una de las plataformas digitales de mayor crecimiento en la actualidad.

### **Situación actual de la cuenta**

La cuenta oficial de TikTok de Rock and Smoked (@rockandsmoked) presenta una presencia digital consolidada dentro de la plataforma, contando actualmente con aproximadamente 16,300 seguidores y más de 120,300 "me gusta" acumulados en sus publicaciones. La marca mantiene una actividad constante mediante la publicación de contenido audiovisual relacionado con sus productos, experiencias gastronómicas y promociones del negocio.

El perfil cuenta con información comercial relevante, incluyendo descripción de la marca, ubicación de sus puntos de venta y acceso directo a su menú digital

mediante enlace externo. Asimismo, se observa la utilización de videos fijados para comunicar información estratégica como ubicación, horarios de atención y presentación de productos.

Durante el análisis realizado se identificó que la marca genera contenido de forma continua y posee una identidad visual reconocible asociada al concepto de barbecue ahumado. Sin embargo, el contenido publicado responde principalmente a una dinámica operativa de comunicación, sin evidenciar una estructura estratégica claramente definida basada en pilares de contenido, objetivos específicos de crecimiento o segmentación de audiencias.

Aunque existen publicaciones con resultados destacados de visualización, la cuenta aún presenta oportunidades para optimizar la planificación del contenido y aprovechar de manera más efectiva el potencial del algoritmo de TikTok para generar un crecimiento orgánico sostenido.

### **Análisis de métricas actuales**

El análisis de las métricas actuales de la cuenta oficial de TikTok de Rock and Smoked permitió evaluar el comportamiento de los principales indicadores de desempeño orgánico, identificando el nivel de alcance alcanzado por el contenido, la capacidad de interacción con la audiencia y el grado de posicionamiento que la marca ha logrado desarrollar dentro de la plataforma. A diferencia de una evaluación basada únicamente en indicadores cuantitativos, el presente análisis interpreta el comportamiento de cada métrica desde una perspectiva estratégica, permitiendo comprender cómo responde la audiencia al contenido publicado y cuáles son las oportunidades de optimización que sustentan la propuesta de contenido digital desarrollada en esta investigación.

Durante el período comprendido entre el 20 de mayo y el 18 de julio de 2026, la cuenta registró 23.9 mil visualizaciones, 14.4 mil espectadores, 5.9 mil usuarios nuevos, 640 visitas al perfil, 827 reacciones "Me gusta" y 221 contenidos compartidos, evidenciando una capacidad importante para generar visibilidad

orgánica sin recurrir a inversión en publicidad pagada. Estos resultados reflejan que la cuenta posee un nivel de exposición considerable dentro de TikTok y que el contenido logra ser distribuido de forma natural por el algoritmo hacia usuarios que, en su mayoría, no forman parte de la comunidad de seguidores de la marca.

Desde una perspectiva de marketing digital, el volumen de visualizaciones obtenido representa uno de los principales indicadores del potencial de descubrimiento del contenido. Alcanzar cerca de veinticuatro mil reproducciones mediante tráfico completamente orgánico demuestra que el algoritmo identifica elementos de relevancia dentro de las publicaciones de Rock and Smoked, favoreciendo su distribución hacia nuevas audiencias a través de la sección "Para ti". Este comportamiento resulta especialmente significativo para una empresa gastronómica local, ya que confirma que el contenido posee la capacidad de trascender el alcance limitado de sus seguidores actuales y posicionarse frente a usuarios que aún no conocen la marca, ampliando así las posibilidades de generar reconocimiento y atraer futuros clientes.

No obstante, el análisis temporal de las métricas evidencia un comportamiento característico del algoritmo de TikTok. Durante el período analizado se observa un incremento considerable en el rendimiento de determinadas publicaciones, seguido de una estabilización del alcance diario. Lejos de interpretarse como una disminución del desempeño, este comportamiento refleja que la cuenta ha logrado mantener una distribución constante del contenido una vez finalizado el impulso inicial generado por los videos con mayor rendimiento. En términos estratégicos, esta estabilidad resulta favorable, ya que demuestra que la visibilidad de la cuenta no depende exclusivamente de una publicación viral, sino que conserva una presencia continua dentro de la plataforma, condición indispensable para sostener un crecimiento orgánico a largo plazo.

En relación con la interacción, la cuenta registró 827 reacciones positivas, 221 veces compartido y una participación moderada en comentarios. Estos indicadores permiten concluir que el contenido despierta interés suficiente para incentivar

acciones que van más allá de la simple visualización. Particularmente, el número de contenidos compartidos adquiere una relevancia estratégica, debido a que TikTok considera esta interacción como uno de los principales indicadores de valor percibido por el usuario. Cuando una publicación es compartida, el algoritmo interpreta que el contenido posee utilidad, entretenimiento o capacidad de generar conversación, aumentando sus probabilidades de continuar siendo distribuido a nuevas audiencias. En el caso de Rock and Smoked, este comportamiento evidencia que las publicaciones gastronómicas poseen un potencial importante para estimular recomendaciones entre usuarios, favoreciendo la difusión orgánica de la marca.

Otro indicador de especial importancia corresponde a las 640 visitas al perfil registradas durante el período de análisis. Desde la perspectiva del embudo de conversión en redes sociales, esta métrica representa el paso intermedio entre la exposición inicial al contenido y la posibilidad de establecer una relación permanente con el usuario mediante el seguimiento de la cuenta o incluso una futura visita al restaurante. El hecho de que cientos de usuarios hayan decidido ingresar al perfil después de visualizar el contenido demuestra que las publicaciones generan suficiente interés para motivar una búsqueda adicional de información sobre la marca. Sin embargo, este comportamiento también evidencia una oportunidad estratégica para fortalecer la conversión entre visitas al perfil y nuevos seguidores, mediante contenidos que comuniquen con mayor claridad la propuesta de valor de Rock and Smoked e incorporen llamados a la acción orientados a incentivar el seguimiento de la cuenta.

En cuanto a las fuentes de tráfico, los datos proporcionados por TikTok Analytics muestran que el 50.4 % de las visualizaciones proviene de la sección "Para ti", mientras que el 36.2 % corresponde a búsquedas realizadas por los usuarios dentro de la plataforma, el 13.0 % proviene del perfil de la cuenta y únicamente el 0.4 % procede de la sección "Siguiendo". Este comportamiento constituye uno de los hallazgos más relevantes del diagnóstico. La elevada participación de la sección "Para ti" confirma que el algoritmo reconoce el contenido como

potencialmente relevante para usuarios externos a la comunidad actual de seguidores, incrementando significativamente las posibilidades de alcanzar nuevas audiencias de manera orgánica. De igual forma, el porcentaje de tráfico generado mediante búsquedas evidencia que existe un número importante de usuarios que localizan el contenido a través del buscador interno de TikTok, aspecto que refleja un potencial aún mayor para fortalecer el posicionamiento mediante la optimización de palabras clave, descripciones, hashtags estratégicos y contenido alineado con las búsquedas relacionadas con gastronomía, barbecue y restaurantes en Managua.

Respecto a la composición demográfica de la audiencia, el análisis muestra una predominancia del público masculino, representando el 69 % de los espectadores, mientras que el 31 % corresponde al público femenino. En cuanto a la distribución por edades, el segmento de 25 a 34 años concentra el 44.9 % de la audiencia, seguido por usuarios entre 35 y 44 años con 29.1 %, lo que significa que cerca de tres cuartas partes del público pertenece a una población adulta económicamente activa. Desde el punto de vista comercial, esta característica representa una ventaja significativa para Rock and Smoked, debido a que este segmento suele disponer de mayor capacidad adquisitiva y presenta una mayor disposición a consumir experiencias gastronómicas, realizar reuniones sociales y visitar restaurantes especializados. En consecuencia, la estrategia de contenido debe priorizar publicaciones que destaquen la calidad del producto, la experiencia dentro del establecimiento, el proceso artesanal de preparación y los elementos diferenciadores de la marca, fortaleciendo así su posicionamiento frente al público con mayor potencial de conversión.

El análisis del comportamiento horario evidencia que la mayor concentración de usuarios activos se registra durante la tarde, alcanzando su punto máximo entre las 5:00 p. m. y las 6:00 p. m., especialmente los días sábado. Este comportamiento proporciona un criterio objetivo para la programación de las publicaciones, ya que difundir el contenido durante los momentos de mayor actividad incrementa la probabilidad de obtener interacciones inmediatas durante

los primeros minutos posteriores a su publicación, factor que influye directamente en la capacidad del algoritmo para ampliar el alcance orgánico. En este sentido, la utilización sistemática de los horarios de mayor actividad permitirá optimizar el rendimiento de cada publicación, favoreciendo una mayor exposición, interacción y crecimiento sostenido de la comunidad digital de Rock and Smoked.

En términos generales, el diagnóstico evidencia que Rock and Smoked cuenta con una base sólida para desarrollar una estrategia de crecimiento orgánico en TikTok. Las métricas analizadas demuestran que la cuenta posee capacidad para generar alcance, atraer nuevos usuarios y despertar interés mediante contenido distribuido de forma completamente orgánica. Sin embargo, también ponen de manifiesto oportunidades claras de optimización relacionadas con la conversión de visitantes en seguidores, la diversificación del contenido, el fortalecimiento de la interacción y el aprovechamiento estratégico de las búsquedas y de los horarios de mayor actividad. Estos hallazgos constituyen el fundamento técnico sobre el cual se estructura la propuesta de contenido digital presentada en esta investigación, asegurando que las acciones planteadas respondan directamente al comportamiento real de la audiencia y a las necesidades identificadas durante el proceso de análisis.

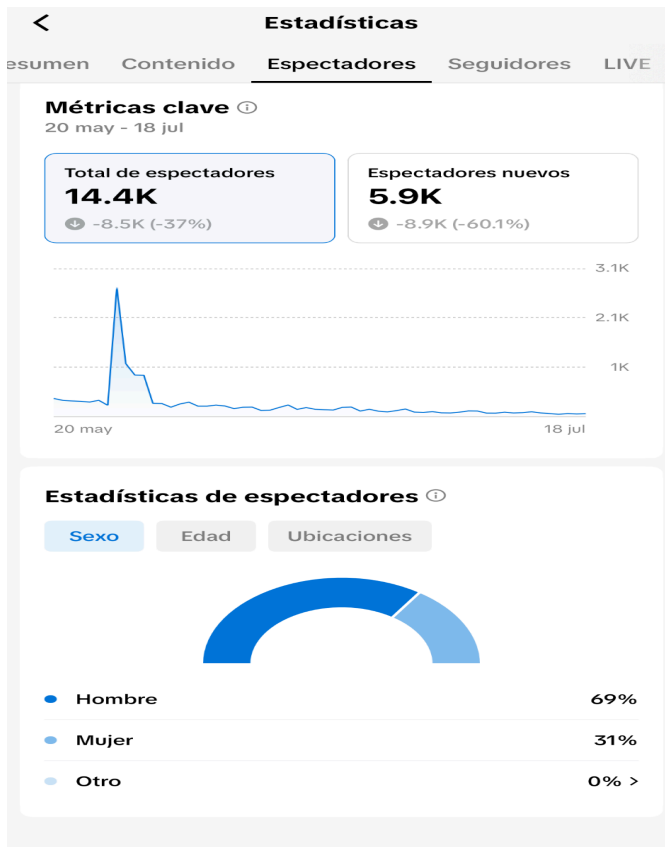
## Métricas



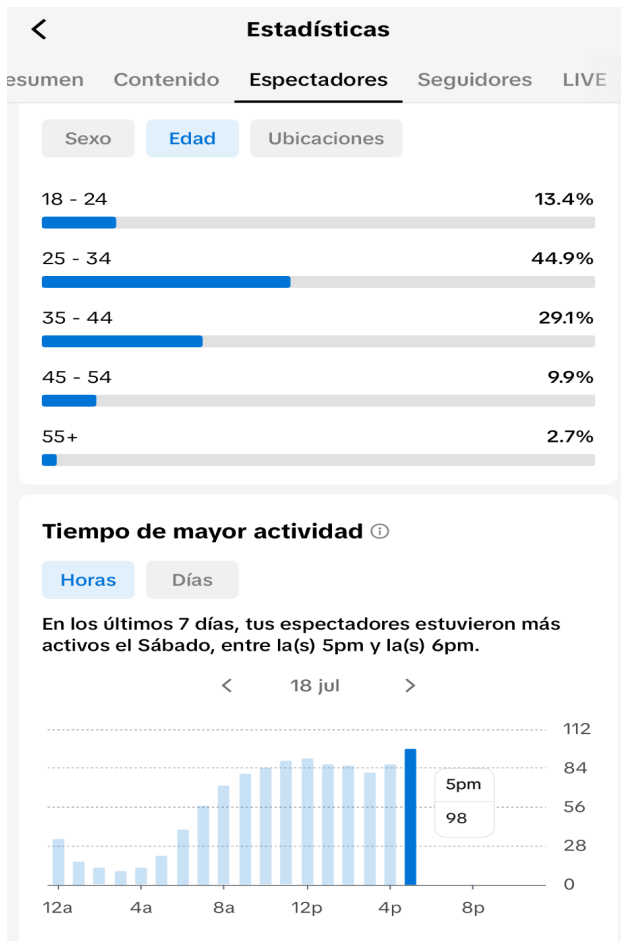
Evidencia que el 50.4 % del tráfico proviene de la sección "Para ti", seguida por las búsquedas dentro de la plataforma con un 36.2 %, mientras que el acceso mediante el perfil representa el 13.0 %. Estos resultados indican que el contenido posee una adecuada capacidad de posicionamiento orgánico, ya que el algoritmo continúa recomendándolo a usuarios externos a la comunidad de seguidores. Asimismo, el porcentaje de tráfico proveniente del buscador refleja una oportunidad para fortalecer la estrategia mediante la optimización de palabras clave, descripciones y hashtags relacionados con la gastronomía y el barbecue.



Muestra el comportamiento general de las principales métricas de la cuenta de TikTok de Rock and Smoked durante el período analizado. Se observa que la cuenta alcanzó 23.9 mil visualizaciones, 640 visitas al perfil, 827 reacciones "Me gusta" y 221 contenidos compartidos, resultados que evidencian la capacidad del contenido para generar visibilidad e interacción de manera orgánica. Aunque algunos indicadores presentan una disminución respecto al período anterior, el volumen de alcance obtenido demuestra que la cuenta mantiene una presencia constante dentro de la plataforma y continúa generando interés entre usuarios que descubren la marca a través del algoritmo de TikTok.



Presenta la composición demográfica de los espectadores de la cuenta, donde el 69 % corresponde al público masculino y el 31 % al femenino. En cuanto a la edad, predomina el segmento de 25 a 34 años con un 44.9 %, seguido por usuarios entre 35 y 44 años con un 29.1 %. Estos datos permiten identificar que la audiencia principal está conformada por personas adultas económicamente activas, lo que representa un mercado con mayor capacidad de consumo y un perfil compatible con la propuesta gastronómica de Rock and Smoked.



Muestra que la mayor concentración de usuarios activos se registra durante la tarde, alcanzando su punto máximo entre las 5:00 p. m. y las 6:00 p. m., especialmente los días sábado. Este comportamiento proporciona un criterio estratégico para la programación de las publicaciones, ya que difundir el contenido durante este intervalo incrementa las probabilidades de obtener una interacción temprana, aspecto que favorece la distribución del contenido dentro del algoritmo de TikTok y contribuye a maximizar su alcance orgánico.

Diagnóstico estratégico de las métricas de TikTok de Rock and Smoked

| <b>Indicador</b>                 | <b>Resultado obtenido</b> | <b>Interpretación del desempeño</b>                                                                                                        | <b>Implicación estratégica para la propuesta</b>                                                                             |
|----------------------------------|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Visualizaciones de videos</b> | 23.9K                     | El contenido posee una alta capacidad de alcance orgánico y logra ser distribuido por el algoritmo hacia usuarios que no siguen la cuenta. | Mantener una producción constante de contenido optimizado para favorecer el alcance en la sección "Para ti".                 |
| <b>Espectadores alcanzados</b>   | 14.4K                     | La cuenta consigue impactar una audiencia amplia, lo que evidencia capacidad para generar reconocimiento de marca.                         | Aprovechar este alcance para fortalecer el posicionamiento y aumentar la conversión hacia seguidores y clientes potenciales. |
| <b>Espectadores nuevos</b>       | 5.9K                      | Una parte importante del tráfico corresponde a usuarios que interactúan por primera vez con la marca.                                      | Diseñar contenido que incentive el seguimiento de la cuenta y fortalezca la fidelización de nuevos usuarios.                 |
| <b>Visitas al perfil</b>         | 640                       | El contenido despierta interés suficiente para motivar a los usuarios a conocer más sobre la empresa.                                      | Optimizar el perfil y utilizar llamados a la acción que incrementen la conversión de visitantes en seguidores.               |

|                                        |                 |                                                                                                                |                                                                                                                               |
|----------------------------------------|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Me gusta</b>                        | 827             | El contenido genera aceptación y evidencia interés por parte de la audiencia.                                  | Continuar desarrollando formatos que provoquen reacciones positivas y aumenten la interacción.                                |
| <b>Compartidos</b>                     | 221             | Los usuarios consideran el contenido suficientemente relevante como para recomendarlo a otros.                 | Incrementar publicaciones con alto potencial de viralización y valor compartible.                                             |
| <b>Fuente principal de tráfico</b>     | Para ti (50.4%) | El algoritmo identifica el contenido como relevante y lo distribuye a usuarios externos a la comunidad actual. | Mantener formatos que favorezcan la permanencia, interacción y retención para conservar este comportamiento algorítmico.      |
| <b>Tráfico por búsqueda</b>            | 36.2%           | Existe un volumen importante de usuarios que encuentran la cuenta mediante el buscador interno de TikTok.      | Optimizar títulos, descripciones, palabras clave y hashtags para fortalecer el posicionamiento SEO dentro de la plataforma.   |
| <b>Perfil demográfico predominante</b> | Hombres (69%)   | El contenido conecta principalmente con un público masculino interesado en experiencias gastronómicas.         | Mantener contenidos alineados con el perfil actual sin limitar la generación de contenido atractivo para el público femenino. |

|                                   |                         |                                                                                           |                                                                                                         |
|-----------------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Grupo de edad predominante</b> | 25–34 años (44.9%)      | Corresponde a una audiencia adulta con capacidad de consumo y alto potencial comercial.   | Priorizar contenido orientado a experiencias gastronómicas, calidad del producto y momentos de consumo. |
| <b>Horario de mayor actividad</b> | 5:00 p. m. – 6:00 p. m. | La audiencia presenta mayor disponibilidad para consumir contenido durante ese intervalo. | Programar las publicaciones dentro de esta franja para incrementar el alcance e interacción inicial.    |

La tabla presenta un diagnóstico estratégico de los principales indicadores de desempeño obtenidos a través de TikTok Analytics, permitiendo interpretar el comportamiento de la cuenta de Rock and Smoked desde una perspectiva de marketing digital. A diferencia de una presentación exclusivamente cuantitativa, esta matriz relaciona cada indicador con su significado dentro del rendimiento de la cuenta y con las implicaciones estratégicas que representa para la propuesta de contenido. Este enfoque facilita la identificación de las fortalezas y oportunidades de mejora detectadas durante el análisis, proporcionando una base técnica para la toma de decisiones orientadas a optimizar el crecimiento orgánico de la marca.

En conjunto, los resultados evidencian que la cuenta posee una capacidad significativa para generar alcance y atraer nuevas audiencias mediante tráfico completamente orgánico, respaldado por la visibilidad obtenida en la sección "Para ti" y por el volumen de usuarios que acceden al contenido a través de las búsquedas dentro de TikTok. Asimismo, el análisis de la interacción, el perfil demográfico de la audiencia y los horarios de mayor actividad permite establecer criterios objetivos para la planificación de la estrategia de contenido, asegurando

que las acciones propuestas respondan al comportamiento real de los usuarios y contribuyan al fortalecimiento del posicionamiento digital de Rock and Smoked.

### **Fortalezas identificadas**

El diagnóstico realizado a la cuenta oficial de TikTok de Rock and Smoked permitió identificar un conjunto de fortalezas que constituyen una base sólida para el desarrollo de la propuesta de contenido digital planteada en esta investigación. Estas fortalezas no solo reflejan el desempeño alcanzado por la cuenta durante el período analizado, sino que evidencian la existencia de condiciones favorables para consolidar un crecimiento orgánico sostenible, incrementar el posicionamiento de la marca y fortalecer la relación con su audiencia dentro de una plataforma caracterizada por la alta competencia en la generación de contenido audiovisual. Desde una perspectiva estratégica, estos factores representan ventajas competitivas que permiten reducir la incertidumbre en la implementación de la propuesta, debido a que demuestran que la cuenta ya posee atributos que el algoritmo de TikTok reconoce y recompensa mediante una mayor distribución del contenido.

Una de las principales fortalezas identificadas corresponde a la existencia de una comunidad digital consolidada, conformada por más de 16,000 seguidores, cifra que representa un activo estratégico para la marca. A diferencia de una cuenta en etapa inicial, Rock and Smoked dispone de una audiencia previamente construida que facilita la difusión inmediata de cada publicación y favorece la generación de las primeras interacciones durante los minutos posteriores a su publicación. Este comportamiento resulta determinante dentro del funcionamiento del algoritmo de TikTok, ya que las interacciones tempranas incrementa las probabilidades de que el contenido sea recomendado a usuarios externos mediante la sección "Para ti", ampliando significativamente su alcance orgánico. En consecuencia, la comunidad existente no solo representa un indicador cuantitativo de seguidores, sino un recurso estratégico que puede acelerar la difusión de futuras campañas de contenido.

Otra fortaleza relevante se evidencia en el comportamiento positivo de los principales indicadores de rendimiento analizados mediante TikTok Analytics. Las métricas obtenidas demuestran que la cuenta mantiene niveles favorables de visualizaciones, alcance, interacción y captación de nuevos usuarios, aspectos que reflejan la capacidad del contenido para despertar interés y mantener una presencia constante dentro de la plataforma. Desde el punto de vista del marketing digital, estos indicadores permiten afirmar que Rock and Smoked ha logrado superar una de las principales barreras del crecimiento orgánico: captar la atención de usuarios que aún no forman parte de su comunidad. Este comportamiento confirma que la estrategia implementada hasta el momento posee elementos efectivos que pueden ser fortalecidos mediante una planificación editorial más estructurada.

Asimismo, la naturaleza gastronómica de Rock and Smoked constituye una ventaja altamente competitiva dentro de TikTok, debido a que el tipo de producto comercializado ofrece múltiples posibilidades para la creación de contenido audiovisual atractivo. Los procesos de preparación de los alimentos, las técnicas de ahumado, la presentación final de los platillos, el ambiente del restaurante y las reacciones de los clientes representan recursos visuales capaces de captar la atención del usuario durante los primeros segundos de reproducción, aspecto determinante para favorecer la retención del contenido dentro del algoritmo de la plataforma. Esta característica permite a la marca generar contenido de manera continua sin depender exclusivamente de tendencias temporales, fortaleciendo una identidad digital auténtica basada en su propia propuesta gastronómica.

El análisis también permitió identificar una elevada capacidad de viralización en determinadas publicaciones. Durante el período analizado, algunos contenidos superaron las 190,000 visualizaciones, resultado que evidencia el potencial de la cuenta para amplificar significativamente su alcance cuando el contenido responde de manera adecuada a las preferencias de la audiencia y a los criterios de distribución del algoritmo. Este comportamiento demuestra que Rock and Smoked posee la capacidad de trascender su comunidad actual de seguidores y posicionar

sus publicaciones frente a miles de usuarios adicionales sin necesidad de inversión publicitaria, situación que representa una ventaja estratégica para el fortalecimiento del reconocimiento de marca y la atracción de nuevos clientes potenciales.

El incremento observado en los indicadores de interacción, particularmente en la cantidad de comentarios y contenidos compartidos, constituye otra fortaleza significativa para la marca. Estas acciones reflejan un nivel de participación superior al que generan las visualizaciones pasivas, ya que implican que los usuarios consideran el contenido suficientemente relevante para expresar una opinión o recomendarlo a otras personas.

Desde la perspectiva del algoritmo de TikTok, tanto los comentarios como los compartidos son señales de alto valor que favorecen la distribución orgánica de las publicaciones, incrementando sus posibilidades de alcanzar nuevas audiencias. Para Rock and Smoked, este comportamiento confirma la existencia de una comunidad que no solo consume el contenido, sino que también interactúa activamente con él, fortaleciendo el posicionamiento digital de la marca y creando condiciones favorables para la implementación de una estrategia de contenido enfocada en el crecimiento orgánico.

En conjunto, las fortalezas identificadas evidencian que Rock and Smoked no parte de una presencia digital incipiente, sino de una cuenta con indicadores positivos de desempeño, una comunidad consolidada y un contenido con capacidad demostrada para generar alcance e interacción de manera orgánica. Estos elementos constituyen la base estratégica sobre la cual se sustenta la propuesta de contenido digital desarrollada en la presente investigación, ya que permiten orientar las acciones hacia la optimización de recursos existentes en lugar de construir una presencia digital desde cero.

### **Principales factores que favorecen el crecimiento orgánico de la marca**



## Oportunidades de mejora

El análisis realizado a la cuenta oficial de TikTok de Rock and Smoked permitió identificar que, aunque la marca ha logrado construir una presencia digital con indicadores positivos de alcance, visualizaciones e interacción, aún existen diversos aspectos estratégicos susceptibles de fortalecimiento para maximizar el potencial de la plataforma como un canal de comunicación, posicionamiento y fidelización de clientes. Estas oportunidades no representan deficiencias críticas en la gestión del contenido, sino áreas de desarrollo que, mediante una planificación estructurada, pueden contribuir a incrementar la efectividad de la

estrategia digital, mejorar la experiencia de la audiencia y consolidar una identidad de marca más consistente dentro del ecosistema de TikTok.

La principal oportunidad identificada corresponde a la necesidad de implementar una estrategia de contenido planificada bajo una estructura editorial claramente definida. Durante el análisis se observó que las publicaciones mantienen una línea visual acorde con la identidad de la marca; sin embargo, no evidencian una organización basada en categorías permanentes de contenido que permita desarrollar una comunicación continua y estratégica.

Esta situación puede limitar la capacidad de la audiencia para identificar patrones de publicación y reconocer con facilidad el tipo de contenido que Rock and Smoked ofrece de manera constante. La incorporación de pilares de contenido facilitaría la planificación mensual, optimizaría la producción audiovisual y fortalecería la coherencia de la comunicación digital, permitiendo que cada publicación responda a un objetivo específico dentro de la estrategia general.

Otra oportunidad relevante se encuentra en la adaptación del contenido a las características demográficas predominantes de la audiencia identificada en TikTok. Los resultados obtenidos durante el diagnóstico evidenciaron una participación significativa de usuarios pertenecientes a segmentos de edad adultos, lo cual representa una base importante para orientar el contenido hacia sus intereses y hábitos de consumo. En este sentido, resulta conveniente desarrollar publicaciones que resalten aspectos como la calidad de los ingredientes, el proceso artesanal de preparación, la experiencia gastronómica, el ambiente del establecimiento y los elementos diferenciadores del barbecue ahumado, generando contenido que responda a las motivaciones reales de este público y favorezca una mayor identificación con la marca.

Asimismo, se identificó una oportunidad importante relacionada con la diversificación de formatos y temáticas. Aunque el contenido actual mantiene una línea coherente con la imagen de Rock and Smoked, existe un amplio potencial

para ampliar la experiencia digital mediante la incorporación de nuevas propuestas audiovisuales que incrementen el tiempo de visualización y la interacción de los usuarios. Entre ellas destacan recorridos por la cocina, procesos de preparación de los alimentos, técnicas de ahumado, presentación del equipo de trabajo, testimonios de clientes, recomendaciones del chef, historias sobre el origen de los platillos, retos gastronómicos, contenido educativo sobre barbecue y adaptaciones estratégicas de tendencias propias de TikTok que se integren de manera natural con la personalidad de la marca. La incorporación de estos formatos permitiría mantener una comunicación dinámica sin perder la esencia institucional de Rock and Smoked.

De igual forma, el análisis del comportamiento entre las visualizaciones del perfil y el crecimiento de seguidores evidencia una oportunidad para optimizar la capacidad del contenido de convertir usuarios interesados en miembros permanentes de la comunidad digital. Si bien el perfil recibe visitas derivadas del alcance generado por las publicaciones, este comportamiento puede fortalecerse mediante contenidos que incentiven la interacción continua, incorporando llamados a la acción orientados al seguimiento de la cuenta, preguntas dirigidas a la audiencia, dinámicas participativas, respuestas mediante video a comentarios frecuentes y contenidos seriados que motiven al usuario a regresar al perfil para visualizar nuevas publicaciones. Estas acciones contribuirían al fortalecimiento del sentido de comunidad alrededor de la marca y favorecerían un crecimiento orgánico más sostenible.

Los datos analizados sobre la actividad de la audiencia permiten identificar una oportunidad estratégica relacionada con la programación de las publicaciones. Publicar durante las franjas horarias en las que la mayor cantidad de seguidores se encuentra activa incrementa la probabilidad de obtener una respuesta inmediata durante los primeros minutos posteriores a la publicación, aspecto que el algoritmo de TikTok considera relevante para ampliar la distribución del contenido. En consecuencia, una programación basada en evidencia analítica favorecería mayores niveles de alcance, visualizaciones, interacciones y

exposición orgánica, optimizando el rendimiento de cada pieza de contenido publicada dentro de la estrategia propuesta.

Como resultado del diagnóstico, puede concluirse que las oportunidades identificadas no requieren un cambio en la identidad digital de Rock and Smoked, sino la implementación de una estrategia de contenido más estructurada, orientada por datos y alineada con el comportamiento de su audiencia. El aprovechamiento de estas oportunidades permitirá fortalecer la presencia de la marca en TikTok, incrementar la calidad de la comunicación digital y generar condiciones favorables para el crecimiento orgánico planteado en la presente propuesta.

### **Objetivo de la propuesta de estrategia**

Diseñar una propuesta de estrategia para la cuenta de TikTok de Rock and Smoked que responda a las preferencias e intereses de su audiencia, mediante la planificación de contenido con el propósito de fortalecer su crecimiento orgánico durante el período de octubre a diciembre de 2026.

### **Público objetivo**

La propuesta de estrategia para la cuenta de TikTok de Rock and Smoked estará dirigida principalmente a personas jóvenes y adultas que consumen contenido gastronómico dentro de la plataforma y que muestran interés por experiencias relacionadas con alimentos, entretenimiento y tendencias digitales. La definición del público objetivo se fundamenta en los resultados obtenidos mediante la encuesta aplicada a los seguidores de la cuenta, así como en el análisis de las métricas proporcionadas por TikTok Analytics.

### **Edad**

El contenido estará orientado principalmente a usuarios entre 18 y 34 años de edad, segmento que representa una de las audiencias más activas dentro de

TikTok y que mantiene una alta participación en el consumo de contenido gastronómico y de entretenimiento digital.

### **Género**

La propuesta de estrategia estará dirigida tanto a hombres como a mujeres, considerando que los productos y experiencias ofrecidos por Rock and Smoked pueden generar interés en ambos segmentos de mercado. Por ello, el contenido será diseñado con un enfoque inclusivo que permita conectar con diferentes perfiles de usuarios.

### **Ubicación**

La audiencia principal se encuentra en Managua, Nicaragua, debido a que Rock and Smoked desarrolla sus operaciones en esta ciudad. No obstante, el contenido también podrá alcanzar usuarios de otras zonas del país gracias al alcance orgánico de la plataforma TikTok y a la capacidad de difusión de los contenidos audiovisuales.

### **Intereses**

Los resultados obtenidos mediante la encuesta aplicada y el análisis del comportamiento de la audiencia permitieron identificar que los usuarios a los que se dirige la propuesta presentan un marcado interés por contenidos gastronómicos que trascienden la simple presentación de los productos y ofrecen una experiencia visual capaz de generar curiosidad, entretenimiento y cercanía con la marca. Este comportamiento evidencia que el público objetivo valora contenidos auténticos que le permitan conocer el proceso de elaboración de los alimentos, la calidad de los ingredientes y la identidad que caracteriza a Rock and Smoked como restaurante especializado en barbecue y técnicas de ahumado. Asimismo, existe una preferencia por publicaciones que transmitan experiencias reales de consumo, mostrando tanto el ambiente del establecimiento como las reacciones de los clientes, lo que contribuye a generar mayor confianza y credibilidad en la marca.

De igual manera, la audiencia manifiesta un interés significativo por videos dinámicos, tendencias adaptadas al contexto gastronómico y material audiovisual con una alta calidad visual, aspectos que influyen directamente en la decisión de permanecer visualizando el contenido e interactuar con él. Estos hallazgos representan una oportunidad estratégica para Rock and Smoked, ya que permiten orientar la producción de contenido hacia formatos que respondan a las expectativas del público, incrementando las probabilidades de captar su atención dentro de una plataforma caracterizada por un consumo rápido y altamente competitivo. En consecuencia, la propuesta prioriza la creación de contenido que combine entretenimiento, demostraciones culinarias, procesos de preparación, experiencias gastronómicas y tendencias propias de TikTok, sin perder la identidad visual y comunicacional de la marca, fortaleciendo así el posicionamiento orgánico y la conexión emocional con los usuarios.

### **Comportamiento digital de los usuarios**

El análisis del comportamiento digital evidencia que los usuarios consumen contenido de forma rápida y selectiva, priorizando publicaciones capaces de captar su atención durante los primeros segundos mediante recursos visuales atractivos, movimientos dinámicos y narrativas breves. Este patrón de consumo responde a la naturaleza de TikTok, donde el algoritmo favorece los contenidos que generan una interacción inmediata y mantienen altos niveles de retención. En este contexto, la audiencia de Rock and Smoked demuestra una mayor disposición a interactuar con publicaciones que presentan procesos culinarios, escenas detrás de cámaras, contenido espontáneo, retos adaptados al ámbito gastronómico y experiencias reales que transmiten autenticidad. Este comportamiento confirma que los usuarios no buscan únicamente información sobre los productos, sino contenidos que les permitan vivir una experiencia digital cercana a la marca antes de visitar el establecimiento.

Asimismo, el comportamiento observado indica que la audiencia responde positivamente a contenidos que combinan valor informativo y entretenimiento, favoreciendo aquellos que generan emociones, curiosidad o identificación con situaciones cotidianas relacionadas con la gastronomía. Esta característica resulta especialmente relevante para Rock and Smoked, ya que permite estructurar una estrategia de contenido basada en la continuidad de formatos audiovisuales capaces de mantener el interés del usuario y estimular la interacción mediante comentarios, compartidos y guardados, indicadores que fortalecen el alcance orgánico dentro de TikTok. En consecuencia, la propuesta plantea una planificación orientada a producir contenido constante, auténtico y adaptado a los hábitos de consumo digital identificados, permitiendo que cada publicación contribuya de manera estratégica al crecimiento de la comunidad, al fortalecimiento de la identidad de la marca y al incremento de su visibilidad dentro de la plataforma.

### **Hábitos de consumo en TikTok**

Los usuarios prefieren videos cortos, dinámicos y visualmente atractivos. Además, presentan una alta afinidad hacia contenidos que muestran procesos de preparación de alimentos, escenas detrás de cámaras, experiencias reales de clientes, retos virales y tendencias populares dentro de la plataforma. Este comportamiento demuestra que la audiencia busca contenido que combina entretenimiento con elementos informativos y emocionales.

### **Preferencias de contenido gastronómico**

Los resultados obtenidos reflejan que la audiencia presenta una mayor preferencia por:

- Videos de preparación de alimentos.
- Contenido relacionado con experiencias gastronómicas.

- Videos entretenidos y dinámicos.
- Contenido basado en tendencias de TikTok.
- Material audiovisual con alta calidad visual.
- Presentación atractiva de los productos.
- Contenido auténtico que muestre el proceso real detrás de la marca.

En función de estas características, la propuesta de estrategia para Rock and Smoked se enfocará en la creación de videos gastronómicos visualmente atractivos, dinámicos y alineados con las tendencias de TikTok, priorizando contenidos que generen entretenimiento, despierten el interés de la audiencia y fortalezcan el crecimiento orgánico de la cuenta durante el período de octubre a diciembre de 2026.

### **Planificación del contenido**

La planificación del contenido constituye el punto de partida de la propuesta estratégica diseñada para la cuenta de TikTok de Rock and Smoked, debido a que permite transformar los objetivos de comunicación de la marca en publicaciones estructuradas, coherentes y orientadas a generar resultados medibles dentro de la plataforma. En un entorno digital caracterizado por la constante competencia por la atención del usuario, la creación de contenido no puede depender de la improvisación ni de la inspiración del momento; por el contrario, requiere un proceso de planificación que garantice que cada publicación responda a un propósito específico y contribuya al crecimiento orgánico de la cuenta. Bajo esta perspectiva, la planificación propuesta busca optimizar el uso de los recursos creativos de la marca, fortalecer la identidad digital de Rock and Smoked y mantener una comunicación consistente con las características e intereses de su audiencia.

El proceso de planificación inicia con una fase de análisis estratégico, en la cual se identifican las oportunidades de contenido a partir de diferentes fuentes de información relacionadas con la operación diaria del restaurante y el comportamiento de la audiencia dentro de TikTok. Para ello se consideran las métricas obtenidas mediante TikTok Analytics, las preferencias manifestadas por los usuarios durante la investigación, los contenidos con mayor nivel de interacción, las tendencias que puedan adaptarse naturalmente a la identidad de la marca, las temporadas comerciales, las fechas especiales y los acontecimientos propios del restaurante. Este análisis permite establecer prioridades y seleccionar aquellos temas que presentan mayores posibilidades de captar la atención del público objetivo sin perder la esencia gastronómica que caracteriza a Rock and Smoked.

A partir de este diagnóstico se desarrolla el proceso de generación y selección de ideas. En esta etapa cada propuesta de contenido es evaluada considerando tres criterios fundamentales: su alineación con la identidad de la marca, el valor que aporta a la audiencia y su potencial para generar interacción dentro de TikTok. En consecuencia, la selección no responde únicamente a criterios creativos, sino también a una evaluación estratégica que permita determinar cuáles publicaciones poseen mayores probabilidades de incrementar el alcance orgánico, fortalecer el posicionamiento digital y fomentar la participación de los usuarios. Las ideas pueden originarse en procesos de preparación de alimentos, técnicas de ahumado, presentación de platillos, promociones, experiencias de clientes, actividades del personal, eventos especiales, lanzamientos de productos, contenido educativo y situaciones cotidianas que reflejen la personalidad de la marca.

### **Desarrollo de las ideas de contenido**

Una vez finalizado el proceso de generación y selección de ideas, cada propuesta de contenido será desarrollada antes de iniciar la etapa de guionización. Esta fase tiene como propósito transformar una idea general en un concepto de

comunicación claramente definido, permitiendo establecer con precisión qué mensaje se desea transmitir, cuál será el enfoque narrativo de la publicación y qué experiencia se pretende generar en la audiencia. De esta manera, la elaboración del contenido deja de basarse únicamente en una idea creativa y pasa a convertirse en un proceso estratégico que orienta todas las decisiones posteriores relacionadas con la producción audiovisual..

Considerando que la propuesta contempla la publicación de tres videos por semana, el desarrollo de las ideas se realizará de forma anticipada, permitiendo que cada semana cuente con tres conceptos de contenido completamente estructurados antes de iniciar la elaboración de los guiones. Esta metodología facilita una mejor organización del proceso creativo, evita la improvisación durante la producción y garantiza que cada publicación responda a un objetivo específico dentro de la estrategia de crecimiento orgánico de Rock and Smoked.

Durante esta etapa, cada idea será analizada desde diferentes perspectivas con el propósito de evaluar su viabilidad y su capacidad para generar interacción dentro de TikTok. Para ello se definirá el objetivo comunicacional de la publicación, el público al que estará dirigida, el formato audiovisual más adecuado, los elementos visuales que captarán la atención del usuario, el mensaje principal que se desea comunicar y el tipo de interacción que se espera obtener al finalizar el video. Este procedimiento permitirá que todas las publicaciones mantengan coherencia con la identidad de la marca y respondan a las preferencias de la audiencia identificadas durante el diagnóstico.

El desarrollo previo de las ideas permitirá distribuir de manera equilibrada los diferentes tipos de contenido que formarán parte de la estrategia semanal. En lugar de concentrar publicaciones con características similares, cada semana combinará contenidos orientados a mostrar productos, procesos de preparación, experiencias de clientes, cultura de la marca y piezas de entretenimiento, favoreciendo una comunicación dinámica y evitando la saturación temática. Esta organización contribuirá a mantener el interés de la audiencia y fortalecerá la

percepción de Rock and Smoked como una marca activa, auténtica y capaz de ofrecer contenido variado sin perder la coherencia de su identidad.

Una vez que las tres ideas correspondientes a la semana hayan sido desarrolladas y validadas, el proceso continuará con la elaboración de los guiones audiovisuales, donde cada concepto será transformado en una estructura narrativa basada en la metodología Hook – Desarrollo – Cierre. De esta manera, la guionización no parte de una idea improvisada, sino de un concepto previamente analizado y definido estratégicamente, lo que permite optimizar la calidad del contenido y aumentar las probabilidades de obtener mejores resultados dentro de TikTok.

### Proceso de desarrollo de ideas

| <b>Etapas</b>              | <b>Descripción del proceso</b>                                                                                                                                                                                                      | <b>Resultado esperado</b>                                                                                         |
|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Generación de ideas</b> | Se identifican posibles temáticas de contenido a partir de la operación diaria del restaurante, productos, promociones, experiencias de clientes, cultura de la marca, temporadas comerciales y oportunidades detectadas en TikTok. | Obtención de un banco de ideas alineadas con la identidad de Rock and Smoked y con los intereses de la audiencia. |
| <b>Selección de ideas</b>  | Las ideas generadas son evaluadas considerando su pertinencia, potencial de interacción, relación con los objetivos de la estrategia y capacidad para generar contenido atractivo dentro de TikTok.                                 | Selección de las propuestas con mayor potencial para contribuir al crecimiento orgánico de la cuenta.             |

|                                |                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                  |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Desarrollo de las ideas</b> | Cada idea seleccionada se transforma en un concepto de contenido mediante la definición del objetivo, el mensaje principal, el enfoque narrativo, la experiencia que se desea transmitir y el tipo de interacción que se busca generar en la audiencia. | Conceptos de contenido completamente estructurados y listos para iniciar el proceso de guionización.                                             |
| <b>Organización semanal</b>    | Los conceptos desarrollados se distribuyen estratégicamente en una planificación de tres publicaciones por semana, procurando mantener variedad temática, equilibrio entre formatos y coherencia con la línea editorial de la marca.                    | Planificación organizada del contenido semanal, evitando la improvisación y asegurando una comunicación constante.                               |
| <b>Guionización</b>            | Cada concepto previamente desarrollado se convierte en un guion audiovisual utilizando la estructura narrativa Hook – Desarrollo – Cierre, estableciendo el orden de las escenas, el mensaje principal y los llamados a la acción.                      | Guiones estructurados que facilitan la producción audiovisual y aumentan las probabilidades de generar retención e interacción dentro de TikTok. |

Una vez definida la temática principal, se desarrolla la estructura narrativa de cada publicación mediante un proceso de guionización. Esta etapa tiene como propósito organizar de manera lógica el contenido audiovisual, estableciendo la secuencia de escenas, los mensajes clave, los recursos visuales y los llamados a la acción que formarán parte del video. La existencia de un guion previo permite reducir la

improvisación durante la producción, mantener la coherencia narrativa y garantizar que cada publicación comunique un mensaje claro y comprensible para el usuario. Asimismo, facilita la coordinación del equipo encargado de la grabación y optimiza el tiempo destinado a la producción audiovisual.

Como parte de esta metodología, todos los contenidos serán contruidos utilizando la estructura narrativa Hook – Desarrollo – Cierre, debido a que este modelo responde al comportamiento de consumo predominante dentro de TikTok y favorece la retención de la audiencia durante la reproducción del video.

El Hook constituye el elemento de mayor importancia dentro de la publicación, ya que determina si el usuario continuará visualizando el contenido o decidirá desplazarse hacia otro video durante los primeros segundos. En consecuencia, el inicio de cada publicación deberá captar inmediatamente la atención mediante recursos visuales o narrativos capaces de generar curiosidad, expectativa, sorpresa o identificación. En el caso de Rock and Smoked, los hooks estarán contruidos principalmente a partir de primeros planos de los alimentos, cortes de carne recién ahumados, efectos de sonido asociados a la preparación gastronómica, preguntas que despierten curiosidad, expresiones relacionadas con la experiencia del cliente y situaciones cotidianas que permitan establecer una conexión inmediata con la audiencia. Esta estrategia busca incrementar la retención inicial, uno de los indicadores que el algoritmo de TikTok considera para ampliar la distribución orgánica del contenido.

Posteriormente se desarrolla el cuerpo principal del contenido, espacio donde se comunica el mensaje central de la publicación mediante una narrativa dinámica, auténtica y visualmente atractiva. Durante esta fase se mostrarán procesos reales desarrollados dentro del restaurante, tales como la preparación artesanal de los alimentos, el ahumado de las carnes, la presentación de los platillos, la interacción del personal con los clientes, experiencias gastronómicas y cualquier situación que permita transmitir la esencia de la marca. La producción audiovisual incorporará cambios de plano, movimientos de cámara, planos detalle, secuencias en cámara

lenta y otros recursos visuales orientados a mantener la atención del espectador durante toda la reproducción. Más que presentar un producto, el objetivo consiste en comunicar una experiencia gastronómica que genere emociones, despierte el apetito y fortalezca el posicionamiento de Rock and Smoked como una marca auténtica y diferenciada dentro del mercado.

Cada publicación concluirá con un cierre diseñado estratégicamente para incentivar la participación activa de la audiencia. En lugar de utilizar llamados comerciales tradicionales, se implementarán preguntas abiertas, invitaciones a compartir opiniones, dinámicas conversacionales y estímulos que motiven a los usuarios a comentar, compartir o interactuar con el contenido de forma espontánea. Esta decisión responde al funcionamiento del algoritmo de TikTok, el cual favorece aquellos contenidos que generan conversaciones y participación constante por parte de la comunidad. Como resultado, cada publicación no solo buscará obtener visualizaciones, sino también fortalecer el vínculo entre la marca y sus seguidores, incrementando las probabilidades de ampliar su alcance orgánico y consolidar una comunidad digital cada vez más comprometida.

#### Proceso estratégico de planificación del contenido



En conjunto, este proceso de planificación convierte la creación de contenido en un procedimiento estratégico, estructurado y orientado al cumplimiento de objetivos específicos. La aplicación sistemática de cada una de sus etapas permitirá que Rock and Smoked mantenga una línea editorial coherente, produzca contenido de mayor calidad y aumente las posibilidades de obtener un crecimiento orgánico sostenible dentro de TikTok durante el período de implementación de la propuesta.

#### Estructura narrativa

| <b>Etapas de la narrativa</b> | <b>Objetivo estratégico</b>                                                                                                 | <b>Aplicación en Rock and Smoked</b>                                                                                                                                                                  | <b>Resultado esperado</b>                                                                                                                            |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Hook</b>                   | Captar la atención del usuario durante los primeros segundos del video e incentivar que continúe visualizando el contenido. | Utilización de primeros planos de los alimentos, cortes de carne, procesos de ahumado, sonidos característicos, preguntas llamativas y elementos visuales que despierten curiosidad o generen antojo. | Incrementar la retención inicial, detener el desplazamiento del usuario y favorecer la distribución del contenido por parte del algoritmo de TikTok. |

|                   |                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                        |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Desarrollo</b> | Comunicar el mensaje principal del contenido mediante una narrativa dinámica que mantenga el interés del espectador. | Presentación del proceso de preparación, la experiencia gastronómica, el ambiente del restaurante, la interacción del personal con los clientes y los atributos que diferencian a la marca. | Aumentar el tiempo de visualización, fortalecer la conexión emocional con la audiencia y transmitir la propuesta de valor de Rock and Smoked.          |
| <b>Cierre</b>     | Incentivar la participación activa de los usuarios y fortalecer la interacción con la comunidad digital.             | Incorporación de preguntas abiertas, llamados a la acción conversacional e invitaciones para comentar, compartir opiniones o etiquetar a otras personas.                                    | Incrementar los comentarios, compartidos e interacciones, favoreciendo el alcance orgánico y el posicionamiento de las publicaciones dentro de TikTok. |

#### Funcionamiento de la estructura narrativa

La estructura Hook – Desarrollo – Cierre constituye uno de los componentes metodológicos más importantes de la propuesta de contenido digital, ya que organiza la construcción narrativa de cada publicación de acuerdo con el comportamiento de consumo característico de los usuarios de TikTok. A diferencia de otros formatos audiovisuales donde el espectador decide voluntariamente permanecer durante varios minutos, TikTok se basa en un sistema de

desplazamiento continuo en el que cada usuario toma la decisión de continuar o abandonar un video en cuestión de segundos. En este contexto, la calidad de la narrativa adquiere un papel determinante, debido a que influye directamente en indicadores como la retención de audiencia, el tiempo promedio de reproducción, la interacción y, en consecuencia, en la distribución que el algoritmo otorga a cada publicación.

La propuesta establece una secuencia narrativa compuesta por tres momentos estratégicamente diferenciados, donde cada uno cumple una función específica dentro del recorrido del usuario. Esta estructura permite que el contenido evolucione desde la captación inicial de la atención hasta la generación de una interacción activa, evitando que la publicación se limite únicamente a mostrar un producto gastronómico. De esta manera, cada video se convierte en una experiencia comunicativa diseñada para despertar emociones, mantener el interés y fomentar la participación de la audiencia.

El Hook representa el punto de entrada de la comunicación y constituye el elemento con mayor influencia sobre la permanencia inicial del usuario dentro del video. Debido a que los primeros segundos determinan si una publicación continuará reproduciéndose o será descartada, esta etapa se orienta a generar un impacto visual inmediato mediante recursos propios de la identidad de Rock and Smoked, como la preparación de carnes ahumadas, el corte de los alimentos, la textura de los ingredientes, el sonido característico del proceso de cocción y frases que despierten curiosidad. Más allá de captar la atención, el propósito del Hook consiste en interrumpir el desplazamiento del usuario y aumentar las probabilidades de que el algoritmo interprete la publicación como un contenido relevante.

Posteriormente, el Desarrollo transforma esa atención inicial en una experiencia narrativa. En lugar de utilizar un enfoque promocional centrado exclusivamente en el producto, la propuesta busca comunicar la historia que existe detrás de cada preparación, mostrando el proceso artesanal, el trabajo del equipo, el ambiente del

restaurante y las experiencias que viven los clientes. Esta estrategia responde a la necesidad de construir una conexión emocional con la audiencia, favoreciendo que el usuario permanezca durante más tiempo en la publicación y perciba a Rock and Smoked como una marca auténtica, cercana y diferenciada dentro del sector gastronómico.

El Cierre convierte la visualización en una acción concreta por parte del usuario. La incorporación de preguntas abiertas, invitaciones a compartir opiniones y llamados conversacionales a la interacción permite estimular la generación de comentarios y contenidos compartidos de manera natural, evitando mensajes publicitarios invasivos. Desde la perspectiva del algoritmo de TikTok, estas interacciones representan señales de alto valor que incrementan las posibilidades de ampliar el alcance orgánico de la publicación. En consecuencia, el cierre deja de ser el final del video para convertirse en el inicio de una conversación entre la marca y su comunidad digital.

### **Producción audiovisual**

La producción audiovisual constituye la etapa en la que las ideas previamente desarrolladas y estructuradas mediante el proceso de guionización son transformadas en contenido visual listo para su edición y posterior publicación en TikTok. En esta fase convergen los elementos creativos, técnicos y narrativos definidos durante la planificación, permitiendo materializar cada concepto mediante recursos audiovisuales que fortalezcan la identidad de Rock and Smoked y generen una experiencia atractiva para la audiencia. Debido a la naturaleza dinámica de TikTok, la calidad de la producción no se limita únicamente a la resolución de imagen o al uso de equipos especializados, sino que depende de la capacidad del contenido para captar la atención, transmitir emociones y mantener el interés del usuario durante toda la reproducción.

Con el propósito de garantizar la coherencia entre el contenido planificado y el resultado final, cada producción audiovisual será ejecutada siguiendo un

procedimiento previamente definido que permita optimizar el tiempo de grabación, organizar los recursos técnicos y mantener un estándar de calidad constante en todas las publicaciones. Esta metodología reduce la improvisación durante el proceso de filmación y facilita que cada video conserve una identidad visual homogénea, fortaleciendo el posicionamiento digital de Rock and Smoked.

Como parte de esta etapa, una vez aprobado el guión se realiza la planificación audiovisual del contenido. Durante este proceso se identifican las escenas que serán grabadas, el orden en que se desarrollará la producción, las locaciones dentro del restaurante, los productos que participarán en la grabación y los recursos técnicos necesarios para cada toma. Asimismo, se definen los planos, ángulos, movimientos de cámara y elementos visuales que permitirán comunicar el mensaje de manera efectiva, procurando que cada escena contribuya al desarrollo de la narrativa establecida mediante la estructura Hook – Desarrollo – Cierre.

Posteriormente se organiza el montaje de producción, verificando la disponibilidad del equipo humano, la preparación de los alimentos que serán grabados, la iluminación del espacio, el orden del set y el funcionamiento de todos los equipos audiovisuales. Esta preparación previa resulta indispensable para optimizar el tiempo de grabación y evitar interrupciones que puedan afectar la continuidad visual del contenido.

Durante la grabación se registran tanto las tomas principales como las tomas de apoyo, las cuales enriquecen la narrativa y aportan mayor dinamismo al contenido. En el caso de Rock and Smoked, las tomas principales estarán orientadas principalmente a la participación del creador de contenido o influencer de la marca, utilizando planos frontales que permitan establecer una comunicación directa con la audiencia y fortalecer la cercanía del mensaje. Paralelamente, se desarrollarán tomas complementarias enfocadas en los productos gastronómicos, resaltando detalles visuales de las hamburguesas, sándwiches, bandejas grupales y procesos de preparación mediante diferentes tipos de planos que destaquen la textura, el

color, el ahumado y la presentación final de los alimentos. Esta combinación permitirá construir una narrativa visual más dinámica, manteniendo el equilibrio entre la comunicación del influencer y el protagonismo de la experiencia gastronómica ofrecida por Rock and Smoked.

Finalizada la grabación, todo el material audiovisual será sometido a un proceso de revisión técnica y narrativa. En esta actividad se evaluará la calidad de imagen, la iluminación, la estabilidad de las tomas, la claridad del audio, la continuidad visual y la correspondencia de cada escena con el guion previamente establecido. Posteriormente, las tomas aprobadas serán clasificadas y organizadas según la secuencia narrativa del contenido, facilitando el proceso de edición y asegurando que el montaje conserve una estructura coherente y orientada al cumplimiento de los objetivos comunicacionales definidos durante la planificación.

| < Rock And Smoked Bandejas                                                                                 |                              | < Atrás Ahumados                                                                                           |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Nombre                                                                                                     |                              | Nombre                                                                                                     |  |
|  A001_01211430_C068.mov | Fecha de modificación 13 may |  1.mov                  |  |
|  A001_01211430_C069.mov | Fecha de modificación 13 may |  1.mp4                  |  |
|  A001_01211430_C070.mov | Fecha de modificación 13 may |  3.mov                  |  |
|  A001_01211430_C071.mov | Fecha de modificación 13 may |  4.mov                  |  |
|  A001_01211431_C072.mov | Fecha de modificación 13 may |  A001_01211349_C012.mov |  |
|  A001_01211431_C074.mov | Fecha de modificación 13 may |  A001_01211350_C013.mov |  |
|  A001_04221614_C651.mov | Fecha de modificación 23 may |  A001_01211354_C018.mov |  |

## Tipos de tomas utilizadas en la producción audiovisual de Rock and Smoked

| Tipo de toma                           | Aplicación dentro del contenido                                                                                                                             | Objetivo estratégico                                                                                                               |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Plano frontal<br>(Medium Shot)         | Utilizado principalmente cuando el influencer presenta el contenido, explica promociones, realiza recomendaciones o desarrolla el guión frente a la cámara. | Generar cercanía con la audiencia, fortalecer la credibilidad del mensaje y establecer una comunicación directa con el espectador. |
| Plano detalle<br>(Close-Up)            | Enfocado en carnes ahumadas, queso derretido, ingredientes, salsas, cortes y texturas de los productos.                                                     | Despertar el apetito, captar la atención durante los primeros segundos y resaltar la calidad del producto.                         |
| Plano cenital (Top Shot)               | Utilizado para mostrar bandejas familiares, combos y presentación completa de los alimentos.                                                                | Facilitar la apreciación de la composición del producto y destacar la variedad de los platillos.                                   |
| Plano en movimiento<br>(Tracking Shot) | Aplicado durante el recorrido por la mesa, el proceso de preparación o la entrega de los productos.                                                         | Aportar dinamismo al contenido y mantener el interés visual del espectador.                                                        |

|                         |                                                                                                                               |                                                                                                                |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Plano de apoyo (B-Roll) | Captura de procesos de ahumado, preparación, ambiente del restaurante, interacción del personal y reacciones de los clientes. | Complementar la narrativa principal y enriquecer visualmente la experiencia gastronómica mostrada en el video. |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### Equipos utilizados durante la producción audiovisual

| Equipo                                       | Función dentro de la producción audiovisual                                                                  |
|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cámara profesional / Smartphone de alta gama | Captura de las tomas principales y complementarias con alta calidad de imagen.                               |
| Trípode                                      | Proporciona estabilidad durante la grabación de planos fijos y presentaciones del influencer.                |
| Gimbal o estabilizador                       | Permite realizar movimientos de cámara suaves durante recorridos y tomas dinámicas.                          |
| Micrófono inalámbrico                        | Garantiza una adecuada captura del audio durante la participación del influencer y la grabación de diálogos. |
| Luces LED                                    | Mejoran la iluminación de los productos y mantienen una apariencia visual uniforme.                          |
| Softbox o difusores de luz                   | Reducen sombras fuertes y favorecen una iluminación más natural sobre los alimentos y el talento.            |
| Computadora portátil                         | Organización del material audiovisual y preparación del contenido para la etapa de edición.                  |

## **Edición y postproducción**

La edición del contenido representa la etapa en la que el material audiovisual obtenido durante la producción es transformado en una pieza de comunicación capaz de captar la atención del usuario, mantener su interés durante toda la reproducción y fortalecer el posicionamiento digital de Rock and Smoked dentro de TikTok. Más allá de un proceso técnico, la edición constituye un procedimiento estratégico mediante el cual se organiza la narrativa visual, se optimiza la calidad audiovisual y se incorporan elementos gráficos y sonoros que incrementan el impacto del contenido sobre la audiencia. Cada decisión tomada durante esta fase responde a los objetivos definidos en la planificación del contenido y busca garantizar que la publicación comunique un mensaje claro, dinámico y coherente con la identidad de la marca.

La importancia de esta etapa radica en que el contenido publicado en TikTok compite de manera constante con miles de videos que aparecen simultáneamente en la sección "Para Ti". En consecuencia, no basta con producir imágenes de alta calidad; es indispensable que el ritmo de edición, la secuencia narrativa, la incorporación de textos, la sincronización musical y los recursos audiovisuales trabajen de manera conjunta para mantener la retención del espectador durante los primeros segundos y favorecer la interacción con la publicación. Bajo esta perspectiva, la edición se convierte en un factor determinante para el crecimiento orgánico de la cuenta, ya que influye directamente sobre indicadores como el tiempo promedio de visualización, la tasa de finalización del video y el nivel de participación de la audiencia.

Una vez concluida la grabación y aprobadas las tomas seleccionadas, el material audiovisual será organizado de acuerdo con la estructura narrativa establecida durante la planificación. Esta organización permite identificar la función que cumple cada escena dentro del video y facilita la construcción de una secuencia lógica que mantenga la atención del usuario desde el primer segundo hasta el cierre de la publicación. Durante este proceso también se eliminan fragmentos

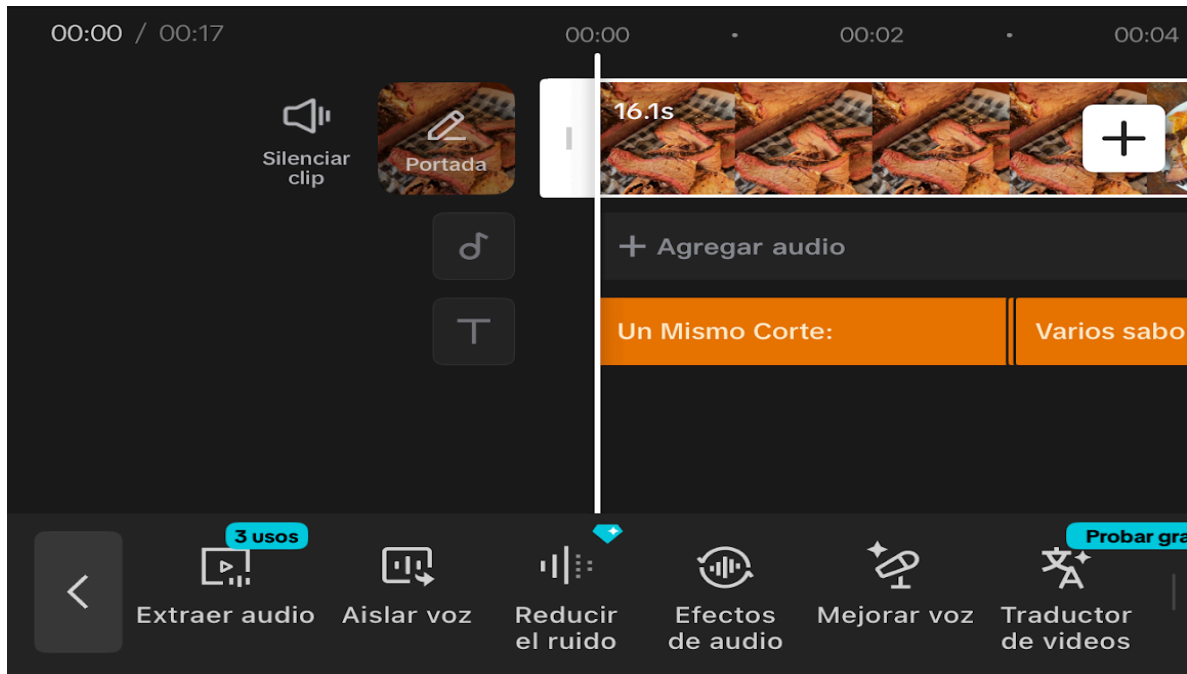
innecesarios, repeticiones, pausas prolongadas y cualquier elemento que pueda afectar el dinamismo del contenido, procurando que cada segundo del video aporte valor a la experiencia del espectador.

Posteriormente se desarrolla el montaje audiovisual, integrando las tomas principales con el material de apoyo (B-Roll) para construir una narrativa fluida y visualmente atractiva. La edición se orienta a mantener un ritmo dinámico mediante cambios de plano, variaciones en la duración de las escenas, incorporación de movimientos visuales y sincronización entre la imagen y el audio, permitiendo que el contenido conserve un alto nivel de interés durante toda su reproducción. Esta metodología responde al comportamiento de consumo predominante en TikTok, donde la continuidad visual y la velocidad narrativa influyen significativamente en la permanencia del usuario dentro del video.

Como parte del proceso creativo, cada publicación será sometida a un tratamiento de corrección de color y ajustes de iluminación con el propósito de mantener uniformidad estética entre todos los contenidos publicados por Rock and Smoked. Estos ajustes permitirán resaltar los colores característicos de los alimentos, mejorar la apariencia de las carnes ahumadas, potenciar la textura de los ingredientes y garantizar una representación visual fiel de los productos ofrecidos por el restaurante. La consistencia cromática contribuirá además al fortalecimiento de la identidad visual de la marca, permitiendo que los usuarios reconozcan el estilo de sus publicaciones de manera inmediata.

La optimización del audio constituye otro componente fundamental dentro de la edición, debido a que la claridad del sonido influye directamente en la comprensión del mensaje y en la percepción de calidad del contenido. En consecuencia, cada video será sometido a procesos de limpieza de ruido, balance de frecuencias, mejora de la voz, nivelación de volumen y sincronización con los recursos musicales seleccionados. Este procedimiento permitirá que la comunicación del influencer, los sonidos propios de la preparación gastronómica y

la música utilizada se integren de forma equilibrada, generando una experiencia audiovisual inmersiva para la audiencia.



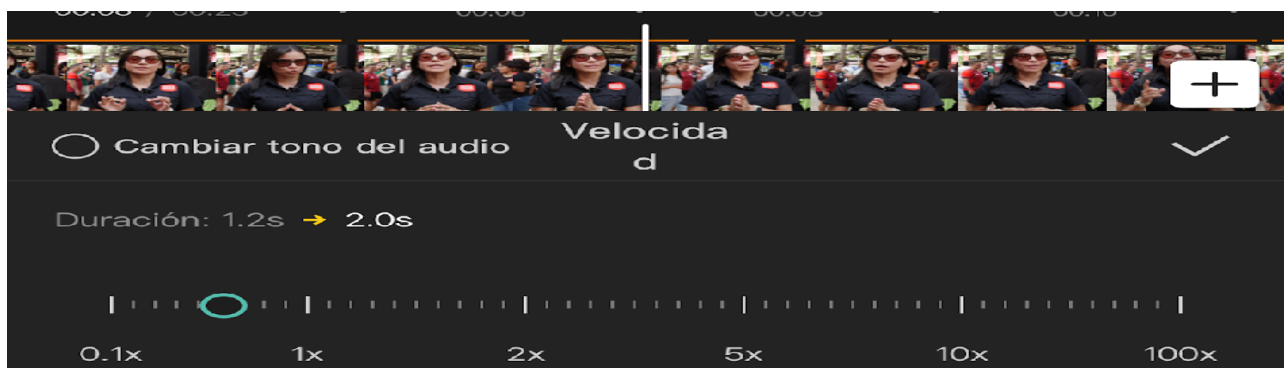
Se incorporarán elementos gráficos diseñados de acuerdo con la identidad visual de Rock and Smoked. La utilización de las tipografías Poppins y Erudito ITC permitirá mantener uniformidad en todas las publicaciones, facilitando el reconocimiento de la marca y reforzando la jerarquía de la información presentada en pantalla. Los textos serán utilizados estratégicamente para destacar promociones, ingredientes, mensajes principales y llamados a la acción, evitando saturar visualmente el contenido y priorizando siempre la legibilidad dentro del formato vertical característico de TikTok.



Durante el proceso de edición, las tomas secundarias (B-Roll) serán ajustadas mediante variaciones controladas de velocidad con el propósito de fortalecer la narrativa y mantener un ritmo visual dinámico. La velocidad de reproducción no será modificada de manera aleatoria, sino en función del efecto comunicativo que se pretenda generar en cada escena. En los procesos gastronómicos donde se busque transmitir precisión, detalle o despertar el apetito del espectador, como el corte de una pieza de carne, el queso derritiéndose, el ahumado de los alimentos o la aplicación de salsas, se emplearán secuencias en cámara lenta (slow motion). Este recurso permitirá resaltar las texturas, los colores y los detalles visuales del producto, incrementando su atractivo y favoreciendo una mayor permanencia del usuario en el video.

Por el contrario, en escenas donde el objetivo sea mostrar procesos repetitivos o actividades de mayor duración, como la preparación de ingredientes, el montaje de una bandeja o la organización del área de trabajo, podrán utilizarse aceleraciones moderadas (speed ramp o fast motion). Esta técnica permite condensar la información sin afectar la comprensión del contenido, manteniendo un ritmo ágil que evite pérdidas de atención durante la reproducción. La combinación estratégica entre secuencias en velocidad normal, cámara lenta y aceleraciones controladas aporta dinamismo al montaje audiovisual, genera transiciones más fluidas y contribuye a mantener el interés del espectador desde el inicio hasta el cierre del video.

Asimismo, las variaciones de velocidad estarán sincronizadas con la música, los efectos sonoros y los cambios de plano, logrando una edición más armónica y atractiva. Esta sincronización favorece la percepción de calidad del contenido, fortalece el impacto visual de cada publicación y contribuye a que los videos de Rock and Smoked mantengan un estilo de edición consistente, moderno y alineado con las dinámicas de consumo predominantes en TikTok.



## DaVinci Resolve Studio como herramienta de edición

| Característica              | Aplicación dentro de la propuesta                                                                                    |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Montaje profesional         | Organización de las tomas y construcción de la narrativa audiovisual.                                                |
| Corrección de color         | Ajuste de iluminación, contraste y color para resaltar la apariencia de los alimentos y mantener uniformidad visual. |
| Edición de audio            | Limpieza de ruido, mejora de la voz y balance de frecuencias.                                                        |
| Efectos visuales            | Incorporación de recursos audiovisuales que complementan la narrativa cuando el contenido lo requiera.               |
| Exportación en alta calidad | Generación del video final optimizado para TikTok.                                                                   |

La elección de DaVinci Resolve Studio responde a su capacidad para desarrollar procesos de edición profesional que requieren un alto nivel de precisión en el tratamiento del color, la iluminación y el audio. Su utilización permite mantener una calidad visual constante entre todas las publicaciones de Rock and Smoked, favoreciendo una identidad audiovisual uniforme y una presentación más atractiva de los productos gastronómicos.

### CapCut Pro como herramienta de edición

| Característica                       | Aplicación dentro de la propuesta                                        |
|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| Edición para formato vertical        | Adaptación del contenido al formato nativo de TikTok.                    |
| Subtítulos automáticos               | Mejora de la accesibilidad y comprensión del contenido.                  |
| Biblioteca de efectos y transiciones | Incorporación de recursos dinámicos compatibles con TikTok.              |
| Animación de textos                  | Resaltar promociones, ingredientes y llamados a la acción.               |
| Exportación optimizada               | Configuración del video para una publicación eficiente en la plataforma. |

CapCut Pro se incorpora como complemento de la edición profesional debido a su integración con las dinámicas de TikTok. Sus herramientas permiten optimizar el contenido para el consumo móvil, incorporar recursos gráficos modernos y agilizar la adaptación del video a las características técnicas de la plataforma sin comprometer la calidad obtenida durante la edición principal.

### Organización, calendarización y publicación del contenido

La calendarización del contenido constituye la herramienta operativa mediante la cual se ejecutará la propuesta de estrategia digital diseñada para la cuenta de TikTok de Rock and Smoked durante los meses de noviembre y diciembre de 2026. Su propósito trasciende la simple organización de fechas de publicación, ya que representa un proceso de planificación estratégica orientado a garantizar la

continuidad, coherencia y consistencia de todos los contenidos que formarán parte de la estrategia. A través de esta planificación se establece una secuencia lógica de publicaciones que permite mantener una comunicación permanente con la audiencia, optimizar la producción audiovisual y asegurar que cada contenido contribuya al cumplimiento de los objetivos de crecimiento orgánico planteados en la investigación.

La elaboración de esta calendarización responde a la necesidad de transformar la planificación del contenido en un plan de acción concreto, donde cada publicación posee una finalidad específica dentro de la estrategia digital. En consecuencia, el calendario no fue estructurado únicamente considerando la frecuencia de publicación, sino también el recorrido que se desea construir con la audiencia durante el período de implementación. Cada video ha sido diseñado para complementar al anterior y preparar el siguiente, permitiendo desarrollar una narrativa continua que fortalezca el posicionamiento de Rock and Smoked dentro de TikTok y consolide una comunidad digital cada vez más participativa.

Con base en el análisis realizado mediante TikTok Analytics y en los resultados obtenidos durante el diagnóstico, se estableció una frecuencia de tres publicaciones semanales, distribuidas estratégicamente para mantener una presencia constante dentro de la plataforma sin afectar la calidad del contenido. Esta periodicidad responde al comportamiento de la audiencia identificado en la investigación y permite que la marca mantenga una interacción continua con sus seguidores, incrementando las oportunidades de alcanzar nuevos usuarios a través del algoritmo de recomendación de TikTok. Asimismo, la publicación constante favorece la permanencia de la marca dentro del ecosistema digital y contribuye al fortalecimiento de su reconocimiento entre los consumidores de contenido gastronómico.

La calendarización también cumple una función organizativa dentro del proceso de producción audiovisual. Al definir con anticipación las publicaciones que serán desarrolladas cada semana, es posible planificar la generación de ideas, la

elaboración de los guiones, la preparación de los productos, la disponibilidad del influencer, la producción audiovisual, la edición del contenido y la programación de cada publicación. Esta organización optimiza el uso de los recursos humanos y técnicos contemplados en la propuesta, reduce la improvisación durante el proceso creativo y garantiza que todas las etapas de producción se desarrollen de manera coordinada y eficiente.

Cada contenido incluido en el calendario fue diseñado considerando los intereses identificados en la audiencia objetivo, las fortalezas detectadas durante el análisis de la cuenta y las oportunidades de mejora establecidas en el diagnóstico. En consecuencia, la planificación combina diferentes categorías de contenido, entre ellas experiencias gastronómicas, presentación de productos, procesos de preparación, contenido detrás de cámaras, participación del influencer, interacción con clientes y publicaciones orientadas al entretenimiento. Esta variedad temática busca mantener el interés del público durante todo el período de implementación, evitando la repetición de formatos y fortaleciendo la percepción de Rock and Smoked como una marca dinámica, auténtica y cercana a su comunidad digital.

Como parte de esta propuesta, todas las publicaciones serán programadas para las 9:30 a. m., horario definido a partir del análisis de la actividad de la audiencia obtenido mediante TikTok Analytics. La selección de este horario responde a la necesidad de publicar el contenido en un momento de alta disponibilidad de usuarios dentro de la plataforma, incrementando las probabilidades de obtener un mayor alcance durante las primeras horas de difusión. Esta decisión estratégica busca favorecer la exposición inicial de cada publicación, aspecto que resulta determinante para el comportamiento posterior del contenido dentro del algoritmo de TikTok.

La calendarización representa el punto de transición entre la planificación estratégica y la ejecución de la propuesta. Cada publicación constituye una acción previamente diseñada para contribuir al crecimiento progresivo de la cuenta, buscando incrementar el alcance, fortalecer la interacción, consolidar el

reconocimiento de la marca y ampliar la comunidad digital de Rock and Smoked. De esta manera, el calendario editorial se convierte en una guía de implementación que articula de forma ordenada todas las etapas desarrolladas previamente desde la generación de ideas hasta la edición del contenido, asegurando que la estrategia sea aplicada de manera sistemática y orientada al logro de resultados medibles.

### **Objetivo estratégico de la semana 1**

La primera semana de implementación tiene como propósito capitalizar el impacto generado por la participación de Rock and Smoked en el Festival de Asados y Ahumados, utilizando este acontecimiento como punto de partida para la estrategia de contenido. Durante esta etapa, las publicaciones estarán orientadas a fortalecer el reconocimiento de la marca, generar confianza en nuevos usuarios y posicionar a Rock and Smoked como un referente dentro de la gastronomía especializada en carnes ahumadas en Managua. Asimismo, se busca aprovechar el contenido generado durante el evento para incrementar el alcance orgánico, estimular la interacción de la comunidad y despertar el interés de potenciales clientes mediante publicaciones que transmitan autenticidad, calidad y experiencia.

| Fecha             | Hora          | Idea del contenido                           | Guión (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Tomas                                                                                                                                                                           | Resultados esperados                                                                                                                    |
|-------------------|---------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lun.<br>2/11/2026 | 9:30 a.<br>m. | Así vivimos el Festival de Asados y Ahumados | Hook: "¿Se imaginan cómo vivimos uno de los eventos más grandes de barbecue en Nicaragua?"<br>Desarrollo: El influencer muestra la participación de Rock and Smoked durante el festival, la interacción con los asistentes, el ambiente del evento y algunos de los momentos más destacados de la jornada. Cierre: "Gracias a todos los que nos acompañaron. Si estuviste con nosotros, contanos cuál fue tu momento favorito." | Plano frontal del influencer, tomas generales del festival, B-Roll del stand, planos detalle de los productos, tomas de clientes y cámara lenta en los momentos más destacados. | Incrementar el alcance de la cuenta, fortalecer el reconocimiento de la marca y generar interacción mediante comentarios y compartidos. |

|                   |               |                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                       |
|-------------------|---------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mié.<br>4/11/2026 | 9:30 a.<br>m. | El Brisket Pastrami fue el protagonista del festival | Hook: "Este fue el producto que hizo que todos se detuvieran frente a nuestro stand."<br>Desarrollo: El influencer presenta el Brisket Pastrami, explica brevemente su preparación artesanal mientras se muestran planos del corte, la textura y las reacciones de quienes lo probaron.<br>Cierre: "Ahora queremos saber... ¿ya lo probaste o todavía está pendiente?" | Plano frontal, planos detalle del brisket, tomas macro del corte, cámara lenta, planos cenitales del producto y B-Roll de clientes degustándolo. | Incrementar el tiempo de visualización, despertar el interés por el producto y fortalecer su posicionamiento o como uno de los productos insignia de Rock and Smoked. |
|-------------------|---------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                   |               |                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                |
|-------------------|---------------|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Vie.<br>6/11/2026 | 9:30 a.<br>m. | Lo que no<br>viste del<br>Festival de<br>Asados y<br>Ahumados | Hook: "Todos vieron el festival... pero muy pocos saben todo lo que pasó detrás de cámaras." Desarrollo: El influencer muestra la preparación del equipo, el montaje del stand, la organización del personal y el trabajo realizado antes de recibir a los asistentes. Cierre: "Detrás de cada plato hay un equipo que trabaja con pasión. Gracias por acompañarnos en esta experiencia." | Tomas del<br>montaje del<br>stand,<br>preparación de<br>alimentos,<br>interacción del<br>equipo, planos<br>generales,<br>cámara en<br>mano y B-Roll<br>del detrás de<br>cámaras. | Humanizar la<br>marca,<br>fortalecer la<br>confianza de la<br>audiencia e<br>incrementar la<br>interacción<br>mediante<br>comentarios<br>positivos y<br>mayor cercanía<br>con la<br>comunidad. |
|-------------------|---------------|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

La primera semana de implementación tiene como finalidad generar un alto impacto inicial mediante contenidos relacionados con la participación de Rock and Smoked en el Festival de Asados y Ahumados. La secuencia de publicaciones busca fortalecer el reconocimiento de la marca, destacar uno de sus productos insignia y mostrar el trabajo realizado detrás del evento, combinando contenido informativo, gastronómico y experiencial.

### **Objetivo estratégico de la Semana 2**

Durante la segunda semana de implementación, las publicaciones estarán orientadas a fortalecer el posicionamiento de los productos insignia de Rock and Smoked mediante contenido que combine demostraciones gastronómicas, información de valor y elementos de entretenimiento. La planificación busca despertar el interés del público a través de videos visualmente atractivos que resaltan la calidad de los procesos de preparación, los ingredientes utilizados y la experiencia que ofrece la marca. Asimismo, se pretende incrementar la interacción de la comunidad incentivando la participación mediante preguntas y llamados a la acción que favorezcan la generación de comentarios y el fortalecimiento del crecimiento orgánico de la cuenta.

| Fecha                        | Hora       | Idea del contenido                           | Guión narrativo (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                     | Resultados esperados                                                                                                                                       |
|------------------------------|------------|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lunes 9 de noviembre de 2026 | 9:30 a. m. | ¿Qué hace diferente a nuestras hamburguesas? | Hook: "Muchos hacen hamburguesas... pero muy pocos las preparan así." Desarrollo: El influencer explica que la diferencia no solo está en los ingredientes, sino en el proceso de ahumado, la preparación artesanal y el cuidado de cada detalle. Mientras habla, se muestran las distintas etapas de elaboración hasta el resultado final. Cierre: "Ahora queremos saber... ¿qué es lo primero que ves cuando te sirven una hamburguesa?" | Plano frontal del influencer, planos detalle del armado de la hamburguesa, tomas macro del queso fundido, cámara lenta durante el corte y planos cenitales del producto terminado. | Incrementar el tiempo de reproducción, despertar el interés por los productos y generar comentarios relacionados con las preferencias de los consumidores. |

| Fecha                             | Hora       | Idea del contenido                            | Guión narrativo (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                  | Resultados esperados                                                                                                                                    |
|-----------------------------------|------------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Miércoles 11 de noviembre de 2026 | 9:30 a. m. | El proceso de ahumado que le da nuestro sabor | Hook: "El secreto de nuestro sabor comienza muchas horas antes de servir el primer plato."<br>Desarrollo: El influencer explica brevemente el proceso de ahumado y cómo este aporta sabor, textura y calidad a los productos de Rock and Smoked, mientras se observan escenas del ahumador en funcionamiento y los cortes de carne. Cierre: "¿Ya habías visto cómo se prepara un verdadero barbecue ahumado?" | Plano frontal del influencer, tomas del ahumador, planos detalle del humo, cámara lenta de la carne, movimientos con gimbal alrededor del equipo y B-Roll del proceso completo. | Posicionar el proceso de ahumado como un elemento diferenciador de la marca, aumentar el tiempo de visualización y fortalecer la percepción de calidad. |

| Fecha                           | Hora       | Idea del contenido                                 | Guión narrativo<br>(Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                      | Resultados esperados                                                                                                                                            |
|---------------------------------|------------|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Viernes 13 de noviembre de 2026 | 9:30 a. m. | Comparativa entre dos productos favoritos del menú | Hook: "Si solo pudieras elegir uno... ¿con cuál te quedarías?"<br>Desarrollo: El influencer presenta dos de los productos más representativos del menú, destacando sus principales características y mostrando primeros planos de ambos para incentivar la comparación. Cierre: "Escribí en los comentarios cuál elegirías y por qué." | Plano frontal del influencer, planos detalle de ambos productos, tomas cenitales, cámara lenta en los cortes, B-Roll de la preparación y textos animados identificando cada opción. | Incrementar la participación mediante comentarios, fortalecer la interacción con la comunidad y obtener información sobre las preferencias de los consumidores. |

## **Análisis estratégico de la Semana 2**

La segunda semana se enfoca en destacar los principales atributos que diferencian a Rock and Smoked dentro del mercado gastronómico. A través de contenido centrado en productos, procesos de preparación y dinámicas de interacción, se busca fortalecer el posicionamiento de la marca, aumentar el tiempo de visualización de los videos y fomentar una mayor participación de la audiencia. Esta combinación de contenidos permitirá consolidar el interés generado durante la primera semana y continuar impulsando el crecimiento orgánico de la cuenta mediante publicaciones que integran información, entretenimiento y experiencias gastronómicas.

## **Objetivo estratégico de la Semana 3**

Durante la tercera semana de implementación, las publicaciones estarán orientadas a humanizar la marca mediante contenido que permita a la audiencia conocer el trabajo, la dedicación y el compromiso que existen detrás de cada producto ofrecido por Rock and Smoked. A través de la participación del equipo de trabajo, los procesos internos y las experiencias cotidianas dentro del restaurante, se busca fortalecer la confianza del público, generar una conexión emocional más cercana con la marca y consolidar una comunidad digital basada en la autenticidad y la transparencia.

| Fecha                         | Hora       | Idea del contenido                     | Guión narrativo (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                                                  | Resultados esperados                                                                                                               |
|-------------------------------|------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lunes 16 de noviembre de 2026 | 9:30 a. m. | Así comienza un día en Rock and Smoked | Hook: "¿Alguna vez te has preguntado qué sucede antes de que abramos nuestras puertas?" Desarrollo: El influencer muestra cómo inicia la jornada dentro del restaurante, desde la preparación del equipo y los ingredientes hasta el encendido de los ahumadores y la organización del área de trabajo. Se destaca el compromiso del personal para garantizar la calidad de cada producto. Cierre: "Todo comienza mucho antes de que llegue el primer cliente. ¿Te gustaría seguir viendo lo que ocurre detrás de cámaras?" | Plano frontal del influencer, planos generales del restaurante, tomas del equipo preparando el área de trabajo, planos detalle del encendido del ahumador, B-Roll del ambiente y movimientos suaves con gimbal. | Humanizar la marca, fortalecer la confianza de la audiencia e incrementar el tiempo de visualización mediante contenido auténtico. |

| Fecha                             | Hora       | Idea del contenido                  | Guión narrativo (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                                   | Resultados esperados                                                                                                                 |
|-----------------------------------|------------|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Miércoles 18 de noviembre de 2026 | 9:30 a. m. | Conoce al equipo de Rock and Smoked | <p>Hook: "Detrás de cada plato hay personas que trabajan con pasión todos los días."</p> <p>Desarrollo: El influencer presenta a algunos integrantes del equipo, mostrando brevemente las funciones que desempeñan y la importancia de su trabajo para ofrecer una experiencia de calidad a cada cliente.</p> <p>Cierre: "Ellos son parte de la familia Rock and Smoked. Déjales un saludo en los comentarios."</p> | Plano frontal del influencer, planos individuales del personal, tomas durante la preparación de alimentos, interacción entre colaboradores, B-Roll del ambiente de trabajo y música inspiradora. | Fortalecer la cercanía con la audiencia, mejorar la percepción de la marca y aumentar la interacción mediante comentarios positivos. |

| Fecha                           | Hora       | Idea del contenido             | Guión narrativo (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                                                   | Resultados esperados                                                                                                                                                      |
|---------------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Viernes 20 de noviembre de 2026 | 9:30 a. m. | La pasión está en cada detalle | Hook: "La diferencia no siempre se ve... muchas veces está en los pequeños detalles." Desarrollo: El influencer explica cómo la calidad de Rock and Smoked se refleja en acciones como la selección de ingredientes, el cuidado durante la preparación, la presentación de los platos y la atención al cliente, mientras se muestran escenas que respaldan cada aspecto mencionado. Cierre: "¿Cuál de estos detalles creés que marca la diferencia cuando visitas un restaurante?" | Plano frontal del influencer, planos detalle de ingredientes, presentación de los platillos, interacción con clientes, cámara lenta en la presentación final de los alimentos y B-Roll de los procesos internos. | Reforzar la percepción de calidad, generar identificación con la audiencia y fomentar la participación mediante comentarios relacionados con la experiencia gastronómica. |

La tercera semana fortalece el componente humano de la estrategia al mostrar el trabajo que existe detrás de cada experiencia ofrecida por Rock and Smoked. A través de contenido auténtico y cercano, se busca generar confianza, reforzar la identidad de la marca y consolidar una comunidad más comprometida. Estas publicaciones complementan el posicionamiento de los productos desarrollado en las semanas anteriores, demostrando que la calidad de Rock and Smoked no solo se encuentra en sus platillos, sino también en el compromiso y la dedicación de las personas que forman parte del restaurante.

#### **Objetivo estratégico de la Semana 4**

Durante la cuarta semana de implementación, las publicaciones estarán orientadas a incrementar la participación de la comunidad mediante contenidos que promuevan la interacción y la conversación entre los usuarios. A través de preguntas, retos, recomendaciones y experiencias gastronómicas, se busca estimular la generación de comentarios, fortalecer el vínculo entre la audiencia y la marca, y aumentar los indicadores de engagement dentro de TikTok. Estas publicaciones permitirán conocer mejor las preferencias de los consumidores y favorecerán la difusión orgánica del contenido mediante la participación activa de la comunidad.

| Fecha                         | Hora       | Idea del contenido      | Guión narrativo (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                       | Resultados esperados                                                                                                          |
|-------------------------------|------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lunes 23 de noviembre de 2026 | 9:30 a. m. | ¿Cuál pedirías primero? | Hook: "Imaginá que solo podés elegir uno... ¿cuál sería?"<br>Desarrollo: El influencer presenta tres de los productos más representativos de Rock and Smoked, destacando brevemente las características de cada uno mientras se muestran imágenes atractivas de su preparación y presentación. Cierre: "Ahora te toca decidir. Escribí en los comentarios cuál elegirías y por qué." | Plano frontal del influencer, planos cenitales de los tres productos, planos detalle de las carnes, cámara lenta durante el corte y B-Roll de la presentación final. | Incrementar la cantidad de comentarios, conocer las preferencias de la audiencia y aumentar la interacción de la publicación. |

| Fecha                                   | Hor<br>a         | Idea del<br>contenid<br>o                                     | Guión narrativo<br>(Hook – Desarrollo<br>– Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Tomas y<br>recursos<br>audiovisuales                                                                                                                              | Resultados<br>esperados                                                                                                 |
|-----------------------------------------|------------------|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Miércoles 25 de<br>noviembre de<br>2026 | 9:30<br>a.<br>m. | Así reaccionan<br>nuestros<br>clientes<br>al primer<br>bocado | Hook: "Hay reacciones que dicen más que cualquier publicidad."<br>Desarrollo: Se muestran diferentes clientes degustando los productos de Rock and Smoked por primera vez, mientras el influencer comenta cómo cada experiencia refleja el compromiso de la marca con la calidad. Cierre: "¿Cuál creés que sería tu reacción? Contanos en los comentarios." | Tomas espontáneas de clientes, primeros planos de las reacciones, planos detalle de los productos, cámara en mano para transmitir naturalidad y música ambiental. | Generar confianza mediante prueba social, aumentar el tiempo de visualización y fortalecer la credibilidad de la marca. |

| Fecha                           | Hora       | Idea del contenido                                         | Guión narrativo (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                         | Resultados esperados                                                                                                                                                   |
|---------------------------------|------------|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Viernes 27 de noviembre de 2026 | 9:30 a. m. | Tres datos que probablemente no conocías sobre el barbecue | Hook: "Si sos amante del barbecue, seguramente este dato te va a sorprender."<br>Desarrollo: El influencer comparte tres curiosidades relacionadas con el proceso de ahumado y la cultura del barbecue, vinculándolas con la forma en que Rock and Smoked prepara sus productos. Cierre: "¿Conocías alguno de estos datos? Decinos cuál te sorprendió más." | Plano frontal del influencer, imágenes del ahumador, planos detalle de las carnes, textos animados, B-Roll del proceso de preparación y efectos de acercamiento en los momentos clave. | Posicionar a Rock and Smoked como una marca con conocimiento especializado, incrementar los comentarios y aumentar el número de veces que el contenido sea compartido. |

La cuarta semana incorpora contenidos diseñados para fomentar una participación más activa de la audiencia mediante preguntas, experiencias reales de clientes y contenido de valor relacionado con la cultura del barbecue. Esta combinación busca fortalecer el engagement de la comunidad, incrementar los comentarios y compartidos, y consolidar una relación más cercana entre los usuarios y la marca. Además, el contenido educativo complementa las publicaciones gastronómicas al posicionar a Rock and Smoked como un referente en carnes ahumadas y barbecue dentro de TikTok.

### **Objetivo estratégico de la Semana 5**

Durante la quinta semana de implementación, las publicaciones estarán orientadas a fortalecer la intención de visita al restaurante mediante contenidos que transmitan la experiencia gastronómica que ofrece Rock and Smoked. A través de la presentación de los productos más representativos, la ambientación del restaurante y las experiencias de los clientes, se busca incentivar la decisión de compra, reforzar el posicionamiento de la marca y mantener el nivel de interacción alcanzado durante las semanas anteriores, consolidando una comunidad digital cada vez más cercana y participativa.

| Fecha                         | Hora       | Idea del contenido                                   | Guión narrativo (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                                               | Resultados esperados                                                                                                                                    |
|-------------------------------|------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lunes 30 de noviembre de 2026 | 9:30 a. m. | La experiencia Rock and Smoked en menos de un minuto | Hook: "No es solo venir a comer, es vivir una experiencia desde que cruzás la puerta."<br>Desarrollo: El influencer recorre el restaurante mostrando el ambiente, la atención al cliente, la preparación de los alimentos y la presentación de los platillos, resaltando cómo cada detalle forma parte de la experiencia que ofrece la marca. Cierre: "Ahora queremos saber... ¿con quién vendrías a vivir esta experiencia?" | Plano frontal del influencer, tomas generales del restaurante, planos detalle del servicio, interacción con clientes, movimientos con gimbal, planos de ambiente y B-Roll de los productos servidos en mesa. | Incrementar la intención de visita al restaurante, fortalecer el posicionamiento de la marca y generar comentarios etiquetando a posibles acompañantes. |

| Fecha                            | Hora       | Idea del contenido                                  | Guión narrativo (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                          | Resultados esperados                                                                                                                |
|----------------------------------|------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Miércoles 2 de diciembre de 2026 | 9:30 a. m. | El plato que todos deberían probar al menos una vez | Hook: "Si visitas Rock and Smoked por primera vez, este debería ser tu primer pedido." Desarrollo: El influencer presenta uno de los platillos más representativos del menú, destacando sus ingredientes, proceso de preparación y presentación final, mientras explica por qué es una de las recomendaciones de la casa. Cierre: "¿Te animarías a probarlo? Contanos qué sería lo primero que pedirías." | Plano frontal, tomas detalle del platillo, cámara lenta durante el emplatado, planos cenitales, movimientos de aproximación y B-Roll de la preparación. | Despertar el interés por uno de los productos insignia, incrementar el tiempo de visualización y fortalecer la intención de compra. |

| Fecha                          | Hora       | Idea del contenido                        | Guión narrativo (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                          | Resultados esperados                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------|------------|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Viernes 4 de diciembre de 2026 | 9:30 a. m. | ¿Qué hace que nuestros clientes regresen? | Hook: "La mejor recomendación siempre viene de quienes ya vivieron la experiencia."<br>Desarrollo: El influencer comparte breves testimonios de clientes frecuentes y muestra momentos reales de su visita al restaurante, resaltando aspectos como el sabor, la atención y el ambiente. Cierre: "¿Ya sos parte de la familia Rock and Smoked? Compartí tu experiencia en los comentarios." | Tomas espontáneas de clientes, entrevistas breves, planos generales del restaurante, planos detalle de los productos, cámara en mano para transmitir naturalidad y B-Roll del ambiente. | Incrementar la credibilidad mediante prueba social, fortalecer la confianza en la marca y estimular la participación de clientes actuales y potenciales mediante comentarios y recomendaciones. |

La quinta semana busca transformar el interés generado durante el primer mes de implementación en una mayor intención de visita al restaurante. Las publicaciones combinan experiencias, recomendaciones y testimonios reales para fortalecer la confianza del público y consolidar el posicionamiento de Rock and Smoked como un referente en carnes ahumadas. Además de mantener un alto nivel de interacción, estos contenidos pretenden influir en la decisión de compra de nuevos clientes y fortalecer la fidelización de quienes ya forman parte de la comunidad digital de la marca.

### **Objetivo estratégico de la Semana 6**

Durante la sexta semana de implementación, las publicaciones estarán orientadas a relacionar la marca con los momentos de convivencia característicos del mes de diciembre. A través de contenido que destaque la experiencia de compartir, la calidad de los productos y el ambiente del restaurante, se busca fortalecer el vínculo emocional con la audiencia, incrementar la intención de visita y mantener el crecimiento orgánico de la cuenta mediante publicaciones que combinen entretenimiento, valor visual e interacción.

| Fecha                        | Hora       | Idea del contenido                    | Guión narrativo (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                              | Resultados esperados                                                                                                                       |
|------------------------------|------------|---------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lunes 7 de diciembre de 2026 | 9:30 a. m. | ¿Con quién compartirías esta bandeja? | <p>Hook: "Hay comidas que simplemente no fueron hechas para disfrutarlas solo."</p> <p>Desarrollo: El influencer presenta una de las bandejas para compartir de Rock and Smoked, resaltando la variedad de carnes, acompañamientos y la experiencia de disfrutarla en grupo.</p> <p>Cierre: "Etiquetá a esa persona con la que compartirías esta bandeja y decinos quién terminaría el último pedazo."</p> | Plano frontal del influencer, planos cenitales de la bandeja, planos detalle de las carnes, movimientos con gimbal alrededor de la mesa, tomas grupales y primeros planos de los alimentos. | Incrementar los comentarios y menciones entre usuarios, fortalecer el alcance orgánico y asociar la marca con experiencias para compartir. |

| Fecha                            | Hora       | Idea del contenido                                     | Guión narrativo (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                | Resultados esperados                                                                                                               |
|----------------------------------|------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Miércoles 9 de diciembre de 2026 | 9:30 a. m. | El sonido que todo amante del barbecue quiere escuchar | Hook: "Subí el volumen... porque esto sí se disfruta con sonido."<br>Desarrollo: El influencer presenta diferentes momentos donde el sonido de la carne al cortarse, el chisporroteo en la parrilla y el humo se convierten en los protagonistas del video, resaltando la calidad del proceso de preparación.<br>Cierre: "Ahora decinos... ¿cuál fue el sonido que más se te antojó?" | Planos macro, primeros planos del corte de la carne, tomas del ahumador, cámara lenta, grabación de audio ambiente y movimientos suaves de cámara para destacar cada detalle. | Incrementar el tiempo de reproducción, mejorar la retención del contenido y fortalecer el atractivo audiovisual de la publicación. |

| Fecha                                       | Hora          | Idea del contenido                                                 | Guión narrativo<br>(Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                             | Resultados esperados                                                                                                                 |
|---------------------------------------------|---------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Viernes<br>11 de<br>diciembre<br>de<br>2026 | 9:30<br>a. m. | ¿Qué<br>hace<br>especial<br>una visita<br>a Rock<br>and<br>Smoked? | Hook: "No se trata solo del sabor... también de todo lo que vivís cuando venís." Desarrollo: El influencer recorre el restaurante mostrando el ambiente, la atención al cliente, la preparación de los alimentos y las diferentes experiencias que viven los visitantes durante su estancia. Cierre: "¿Cuál de estas experiencias te gustaría vivir primero? Te leemos en los comentarios." | Plano frontal del influencer, planos generales del restaurante, interacción entre clientes y colaboradores, planos detalle de los platillos, movimientos con gimbal y B-Roll del ambiente. | Reforzar la percepción de calidad, aumentar la intención de visita y fortalecer la conexión emocional entre la marca y la audiencia. |

La sexta semana busca consolidar el posicionamiento de Rock and Smoked como un espacio para compartir experiencias gastronómicas durante la temporada de diciembre. Las publicaciones combinan contenido emocional, recursos audiovisuales de alto impacto y llamados a la interacción que favorecen la participación de la comunidad. Esta estrategia permitirá mantener el interés de la audiencia, fortalecer la recordación de la marca e incentivar la intención de visita al restaurante mediante contenido alineado con el comportamiento de consumo propio de la época navideña.

### **Objetivo estratégico de la Semana 7**

Durante la séptima semana de implementación, las publicaciones estarán orientadas a fortalecer el posicionamiento de Rock and Smoked como un espacio ideal para compartir durante la temporada navideña. A través de contenido que combine experiencias familiares, recomendaciones gastronómicas y demostraciones de productos, se busca incentivar la intención de visita, fortalecer la relación emocional con la audiencia y mantener un alto nivel de interacción mediante contenidos que reflejen el ambiente característico de las celebraciones de diciembre.

| Fecha                         | Hora       | Idea del contenido                   | Guión narrativo (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                                  | Resultados esperados                                                                                                                           |
|-------------------------------|------------|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lunes 14 de diciembre de 2026 | 9:30 a. m. | El sabor que reúne a toda la familia | Hook: "Hay algo que nunca puede faltar cuando la familia se reúne... una buena comida." Desarrollo: El influencer presenta una de las bandejas familiares de Rock and Smoked mientras explica cómo compartir alrededor de la mesa convierte cualquier reunión en un momento especial. Se muestran diferentes personas disfrutando de los alimentos en un ambiente cálido y navideño. Cierre: "¿Con quién compartirías esta bandeja esta Navidad? Etiquetalo en los comentarios." | Plano frontal del influencer, planos grupales alrededor de la mesa, tomas cenitales de la bandeja, planos detalle de las carnes, movimientos con gimbal y B-Roll de las personas compartiendo . | Incrementar las interacciones mediante comentarios y etiquetas, fortalecer la intención de visita y asociar la marca con reuniones familiares. |

| Fecha                             | Hora      | Idea del contenido                             | Guión narrativo (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                             | Resultados esperados                                                                                                                         |
|-----------------------------------|-----------|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Miércoles 16 de diciembre de 2026 | 9:30 a.m. | Así se prepara una verdadera experiencia a BBQ | Hook: "No solo cocinamos carne... preparamos una experiencia completa."<br>Desarrollo: El influencer muestra el proceso de preparación de una bandeja desde el ahumado hasta la presentación final, resaltando la dedicación y el cuidado en cada detalle. Cierre: "Ahora queremos saber... ¿qué parte del proceso fue la que más te impresionó?" | Plano frontal del influencer, planos detalle del proceso de preparación, tomas del ahumador, cámara lenta durante los cortes de carne, planos cenitales y B-Roll de la presentación final. | Incrementar el tiempo de reproducción, fortalecer la percepción de calidad y generar comentarios relacionados con el proceso de preparación. |

| Fecha                           | Hora       | Idea del contenido                       | Guión narrativo<br>(Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                         | Resultados esperados                                                                                                                                                         |
|---------------------------------|------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Viernes 18 de diciembre de 2026 | 9:30 a. m. | ¿Qué pedirías para una reunión navideña? | Hook: "Si hoy organizaras una reunión con tus amigos o tu familia... ¿qué elegirías del menú?" Desarrollo: El influencer presenta diferentes opciones del menú recomendadas para compartir en grupos, destacando sus características y mostrando su presentación final. Cierre: "Escribinos cuál sería tu combinación ideal para celebrar estas fechas." | Plano frontal del influencer, planos cenitales de los diferentes platillos, tomas detalle de cada producto, movimientos suaves con gimbal y B-Roll de clientes compartiendo la comida. | Incrementar la intención de compra, estimular la participación mediante comentarios y posicionar los productos grupales como una opción para las celebraciones de diciembre. |

La séptima semana fortalece el componente emocional de la estrategia al relacionar la experiencia gastronómica de Rock and Smoked con las reuniones y celebraciones propias de la temporada navideña. Las publicaciones priorizan el concepto de compartir, mostrando productos diseñados para grupos y resaltando la calidad de la experiencia que ofrece la marca. Esta planificación permitirá incrementar la intención de visita, fortalecer la interacción de la comunidad y consolidar a Rock and Smoked como una opción gastronómica para disfrutar en compañía durante las festividades decembrinas.

### **Objetivo estratégico de la Semana 8**

Durante la octava semana de implementación, las publicaciones estarán orientadas a reforzar la presencia de Rock and Smoked durante las celebraciones navideñas mediante contenido que combine la experiencia gastronómica, la cercanía con los clientes y el espíritu festivo de la temporada. A través de recomendaciones, experiencias reales y mensajes de valor, se busca fortalecer el posicionamiento de la marca, incentivar la intención de visita y mantener un alto nivel de interacción con la comunidad digital.

| Fecha                         | Hora       | Idea del contenido                                           | Guión narrativo (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                                   | Resultados esperados                                                                                                                                       |
|-------------------------------|------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lunes 21 de diciembre de 2026 | 9:30 a. m. | La mejor forma de comenzar la semana es con un buen barbecue | <p>Hook: "Si todavía no sabés dónde comer esta semana, te tenemos una recomendación."</p> <p>Desarrollo: El influencer presenta algunos de los productos más representativos de Rock and Smoked mientras explica por qué son una excelente opción para disfrutar con familiares o amigos durante los días previos a Navidad. Cierre: "¿Cuál de estos platillos probarías primero? Contanos en los comentarios."</p> | Plano frontal del influencer, planos detalle de los platillos, tomas cenitales, movimientos con gimbal alrededor de la mesa, cámara lenta durante el corte de la carne y B-Roll del restaurante. | Incrementar la intención de visita, fortalecer el posicionamiento de los productos más representativos y generar mayor participación mediante comentarios. |

| Fecha                             | Hora       | Idea del contenido                       | Guión narrativo (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                                      | Resultados esperados                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------|------------|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Miércoles 23 de diciembre de 2026 | 9:30 a. m. | Así se vive diciembre en Rock and Smoked | <p>Hook: "La mejor parte de diciembre es compartir buenos momentos alrededor de una buena comida."</p> <p>Desarrollo: El influencer muestra el ambiente del restaurante durante la temporada navideña, la atención brindada a los clientes, la preparación de los alimentos y diferentes momentos de convivencia que reflejan la experiencia que ofrece la marca.</p> <p>Cierre: "¿Ya visitaste Rock and Smoked este diciembre? Contanos cómo fue tu experiencia."</p> | Plano frontal del influencer, planos generales del restaurante, interacción entre clientes y colaboradores, tomas de la decoración navideña, planos detalle de los productos y B-Roll del ambiente. | Fortalecer la conexión emocional con la audiencia, incrementar la credibilidad de la marca y estimular la participación mediante experiencias compartidas por los usuarios. |

| Fecha                           | Hora       | Idea del contenido                        | Guión narrativo (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                                  | Resultados esperados                                                                                                                                                       |
|---------------------------------|------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Viernes 25 de diciembre de 2026 | 9:30 a. m. | Feliz Navidad de parte de Rock and Smoked | Hook: "Hoy queremos hacer una pausa para agradecerles por ser parte de nuestra comunidad." Desarrollo: El influencer, acompañado por el equipo de Rock and Smoked, comparte un mensaje de agradecimiento hacia los clientes y seguidores, recordando algunos de los mejores momentos vividos durante el año y transmitiendo buenos deseos para la Navidad. Cierre: "Gracias por acompañarnos. ¡Les deseamos una Feliz Navidad y esperamos seguir compartiendo grandes momentos con ustedes!" | Plano frontal del influencer y del equipo, tomas grupales, planos espontáneos del personal, decoración navideña del restaurante, B-Roll de clientes disfrutando y música con temática navideña. | Humanizar aún más la marca, fortalecer la fidelización de la comunidad, generar cercanía con la audiencia y aumentar las interacciones mediante mensajes y felicitaciones. |

La octava semana aprovecha el contexto de las celebraciones navideñas para fortalecer el vínculo emocional entre Rock and Smoked y su comunidad digital. Las publicaciones combinan la promoción de la experiencia gastronómica con contenido de carácter humano e institucional, permitiendo que la audiencia identifique a la marca como un espacio de convivencia y celebración. Este enfoque favorece la fidelización de los seguidores, mantiene la interacción durante una de las temporadas de mayor actividad en redes sociales y prepara el cierre de la estrategia con una comunidad más comprometida e identificada con la marca.

### **Objetivo estratégico de la Semana 9**

Durante la novena y última semana de implementación, las publicaciones estarán orientadas a cerrar el período estratégico fortaleciendo el sentido de comunidad construido a lo largo de la campaña. A través de un recorrido por los mejores momentos compartidos durante los meses de implementación, mensajes de agradecimiento y contenido que proyecte el futuro de la marca, se busca consolidar la fidelización de los seguidores, reforzar el posicionamiento de Rock and Smoked y mantener el interés de la audiencia para las futuras acciones de contenido digital.

| Fecha                         | Hora       | Idea del contenido                        | Guión narrativo (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                                                              | Resultados esperados                                                                                                                             |
|-------------------------------|------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lunes 28 de diciembre de 2026 | 9:30 a. m. | Los mejores momentos que vivimos este año | Hook: "Este año estuvo lleno de momentos que no podíamos dejar pasar." Desarrollo: El influencer realiza un recorrido por los momentos más destacados de Rock and Smoked, incluyendo escenas del Festival de Asados y Ahumados, los procesos de preparación, las reacciones de los clientes, el trabajo del equipo y las publicaciones con mayor impacto durante la implementación de la estrategia. Cierre: "¿Cuál fue tu momento favorito? Contanos en los comentarios." | Plano frontal del influencer, recopilación de las mejores tomas grabadas durante la estrategia, escenas del restaurante, clientes, preparación de alimentos, cámara lenta y música emotiva para reforzar el cierre del año. | Incrementar la interacción mediante comentarios, fortalecer la recordación de la marca y reforzar el vínculo emocional con la comunidad digital. |

| Fecha                             | Hora       | Idea del contenido                          | Guión narrativo (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                                             | Resultados esperados                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------|------------|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Miércoles 30 de diciembre de 2026 | 9:30 a. m. | Gracias por formar parte de Rock and Smoked | Hook: "Nada de esto habría sido posible sin ustedes." Desarrollo: El influencer y parte del equipo agradecen a los clientes y seguidores por el apoyo brindado durante el año, destacando cómo la comunidad ha contribuido al crecimiento de la marca. Se muestran escenas espontáneas del equipo y de clientes disfrutando la experiencia en el restaurante. Cierre: "Gracias por acompañarnos este año. Lo mejor está por venir y esperamos seguir compartiendo grandes momentos con ustedes." | Plano frontal del influencer y del equipo, tomas grupales, escenas espontáneas de colaboradores y clientes, planos generales del restaurante, B-Roll de los mejores momentos del año y música inspiradora. | Fortalecer la fidelización de la comunidad, generar cercanía con la audiencia, reforzar la imagen institucional de la marca y mantener el interés por las futuras publicaciones. |

| Fecha                          | Hora       | Idea del contenido                                         | Guión narrativo (Hook – Desarrollo – Cierre)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Tomas y recursos audiovisuales                                                                                                                                                                                                                                                | Resultados esperados                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------|------------|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Jueves 31 de diciembre de 2026 | 9:30 a. m. | Un nuevo año para seguir compartiendo grandes experiencias | Hook: "Un año termina, pero las mejores experiencias apenas comienzan."<br>Desarrollo: El influencer comparte un mensaje de cierre de año mientras se muestran imágenes de los momentos más representativos vividos por la marca durante los últimos meses. Posteriormente invita a la comunidad a continuar acompañando a Rock and Smoked en las nuevas experiencias, productos y contenido que estarán disponibles durante el próximo año. Cierre: "Gracias por ser parte de esta historia. ¡Feliz Año Nuevo! Nos vemos muy pronto con muchas sorpresas." | Plano frontal del influencer, recopilación audiovisual de las mejores escenas del año, tomas del restaurante al atardecer y de noche, planos detalle de los productos, imágenes del equipo y efectos de transición que transmitan el cierre de una etapa y el inicio de otra. | Consolidar la fidelización de la comunidad, generar expectativa por los futuros contenidos de la marca, reforzar el posicionamiento alcanzado durante la implementación y cerrar la estrategia con un mensaje positivo y motivador. |

La calendarización de contenido constituye la fase operativa de la estrategia propuesta, ya que organiza de forma cronológica las publicaciones que serán desarrolladas durante el período de implementación, permitiendo que cada una responda a un objetivo específico dentro del proceso de crecimiento orgánico de la marca. A diferencia de una planificación basada en publicaciones aisladas, esta calendarización establece una secuencia estratégica en la que cada semana fortalece los resultados obtenidos en la anterior, favoreciendo una evolución progresiva de la comunicación digital de Rock and Smoked.

La distribución de las veintisiete publicaciones fue diseñada para conducir a la audiencia a través de un proceso de acercamiento con la marca. Inicialmente, el contenido se enfoca en incrementar el reconocimiento y la visibilidad de Rock and Smoked mediante la presentación de sus productos y eventos más representativos. Posteriormente, las publicaciones evolucionan hacia contenidos que muestran los procesos internos, el equipo de trabajo y la experiencia ofrecida a los clientes, fortaleciendo la autenticidad y generando una conexión emocional con la comunidad. Finalmente, la estrategia incorpora contenido participativo, experiencias propias de la temporada navideña y mensajes de agradecimiento que permiten consolidar la fidelización de los seguidores y proyectar una imagen de marca cercana y consistente.

Esta organización también favorece la constancia en la publicación de contenido, uno de los factores más relevantes para el crecimiento orgánico dentro de TikTok. Al mantener una frecuencia de tres publicaciones semanales con objetivos claramente definidos, la cuenta incrementa sus oportunidades de alcanzar nuevos usuarios, mejorar los niveles de interacción y fortalecer indicadores como el tiempo de visualización, los comentarios, las veces que el contenido es compartido y el crecimiento sostenido de seguidores. Asimismo, la diversidad de formatos y temáticas evita la repetición del contenido, manteniendo el interés de la audiencia durante todo el período de implementación.

En conjunto, la calendarización no solo funciona como un cronograma de publicaciones, sino como una herramienta estratégica que orienta la comunicación digital de Rock and Smoked hacia el cumplimiento de los objetivos planteados en la propuesta. Su aplicación permitirá desarrollar una presencia más organizada, coherente y alineada con los intereses del público objetivo, fortaleciendo el posicionamiento de la marca en TikTok y estableciendo una base sólida para la continuidad de futuras estrategias de contenido digital.

### **Seguimiento y evaluación del rendimiento**

Una vez publicados los contenidos y ejecutada la calendarización establecida, se desarrollará un proceso continuo de seguimiento y evaluación con el propósito de medir el desempeño de la estrategia propuesta y determinar su nivel de efectividad dentro de TikTok. Esta etapa permitirá analizar la respuesta de la audiencia frente a las publicaciones realizadas, identificar los formatos con mayor aceptación y obtener información relevante que facilite la optimización de las futuras acciones de contenido.

El proceso de evaluación se realizará mediante TikTok Analytics, herramienta integrada en la plataforma que proporciona información detallada sobre el rendimiento de la cuenta y el comportamiento de los usuarios. A través de esta herramienta será posible monitorear el impacto de cada publicación, evaluar el cumplimiento de los objetivos establecidos y comprender cómo responde la audiencia ante los diferentes formatos, temáticas y recursos audiovisuales implementados durante la estrategia.

Para llevar a cabo esta evaluación se analizarán diversos indicadores de desempeño, los cuales permitirán obtener una visión integral del crecimiento orgánico de la cuenta. En primer lugar, se evaluará el alcance de las publicaciones, con el objetivo de conocer la cantidad de usuarios únicos que visualizaron el contenido y determinar la capacidad de la estrategia para aumentar la visibilidad de Rock and Smoked dentro de TikTok.

Asimismo, se analizará el número de visualizaciones obtenidas por cada video, ya que este indicador permitirá identificar cuáles publicaciones generan un mayor interés entre los usuarios y poseen una mayor capacidad de distribución dentro de la plataforma. De igual manera, se evaluará el engagement generado por cada contenido mediante las interacciones realizadas por la audiencia, considerando los "Me gusta", comentarios, compartidos y guardados, debido a que estas acciones reflejan el nivel de conexión existente entre la marca y sus seguidores.

Complementariamente, se calculará la tasa de interacción, la cual permitirá relacionar las interacciones obtenidas con el alcance o las visualizaciones de cada publicación, facilitando una comparación objetiva del rendimiento entre los diferentes contenidos desarrollados durante la implementación de la estrategia.

Otro indicador de especial importancia será el crecimiento de la comunidad digital, evaluando la cantidad de seguidores ganados durante el período de implementación. Este dato permitirá determinar la capacidad de los contenidos para atraer nuevos usuarios interesados en la marca y convertir las visualizaciones obtenidas en una comunidad cada vez más sólida y participativa.

Dentro del proceso de evaluación también se prestará especial atención al número de veces que cada publicación sea compartida por los usuarios, debido a que esta métrica constituye uno de los principales indicadores de recomendación dentro de TikTok. Cuando un contenido es compartido, la plataforma interpreta que posee valor para la audiencia, favoreciendo su distribución hacia nuevos usuarios y aumentando sus posibilidades de alcanzar un mayor nivel de visibilidad orgánica.

De igual forma, se analizarán los comentarios generados en cada publicación, ya que estos permitirán conocer el nivel de participación activa de la audiencia, identificar opiniones sobre los productos y comprender las percepciones de los usuarios respecto a la marca. Paralelamente, se evaluará la cantidad de guardados obtenidos por cada video, considerando que esta acción evidencia que

el contenido resulta útil, atractivo o relevante para los usuarios, quienes deciden conservarlo para volver a consultarlo posteriormente.

Además del análisis general de la cuenta, se realizará una evaluación individual del rendimiento de cada publicación. Este procedimiento permitirá identificar con precisión cuáles formatos, temáticas, estilos narrativos, tipos de edición, recursos audiovisuales y llamados a la acción generan un mejor desempeño dentro de la plataforma. Del mismo modo, se estudiarán aspectos como la duración de los videos, el nivel de retención alcanzado, la estructura narrativa utilizada y el comportamiento de la audiencia durante la reproducción, con el propósito de comprender qué elementos favorecen un mayor alcance e interacción.

Con base en la información recopilada, se efectuará una revisión periódica de los resultados obtenidos para comparar el desempeño entre publicaciones, identificar patrones de comportamiento de la audiencia y reconocer las características presentes en los contenidos con mayor éxito. Este proceso permitirá detectar oportunidades de mejora, replicar las estrategias que generen mejores resultados y realizar ajustes oportunos en la planificación del contenido.

La información obtenida mediante TikTok Analytics servirá como fundamento para la toma de decisiones durante la ejecución de la estrategia, permitiendo que cada nueva publicación responda a datos reales sobre el comportamiento de la audiencia y no únicamente a criterios creativos. De esta manera, el seguimiento y la evaluación del rendimiento se convertirán en un proceso de mejora continua que contribuirá al fortalecimiento del crecimiento orgánico, al incremento de la interacción y a la consolidación del posicionamiento digital de Rock and Smoked dentro de TikTok.

### **Aplicación de TikTok Analytics para la evaluación de la estrategia**

La evaluación del rendimiento se realizará mediante TikTok Analytics, herramienta que permitirá analizar de forma objetiva el comportamiento de la estrategia propuesta. Esta plataforma ofrece información detallada sobre el desempeño de la

cuenta y de cada publicación, proporcionando indicadores que facilitan la toma de decisiones basada en datos reales.

Inicialmente se analizarán las métricas generales de la cuenta, observando la evolución del número de seguidores, el alcance total obtenido, las visualizaciones acumuladas y las visitas al perfil. Estos indicadores permitirán determinar si la estrategia está contribuyendo al fortalecimiento de la presencia digital de Rock and Smoked y al incremento de su comunidad.

Posteriormente se evaluará el rendimiento individual de cada publicación. Para ello se analizarán indicadores como el número de visualizaciones, el tiempo promedio de reproducción, el porcentaje de visualización completada, el tiempo total de reproducción, la tasa de interacción, la cantidad de "Me gusta", comentarios, compartidos y veces que el contenido fue agregado a favoritos. Estas métricas permitirán identificar qué publicaciones generan mayor interés y cuáles requieren ajustes en su estructura, duración o narrativa.

De igual manera, TikTok Analytics permitirá conocer información relacionada con la audiencia, incluyendo su rango de edad, ubicación geográfica, horarios de mayor actividad y comportamiento de consumo dentro de la plataforma. Estos datos facilitarán la optimización continua del calendario de publicaciones, permitiendo adaptar los horarios, formatos y tipos de contenido a las preferencias reales de los usuarios.

La información obtenida durante cada período de evaluación será utilizada para comparar el rendimiento de las publicaciones, identificar patrones de comportamiento y reconocer aquellos formatos que generan mejores resultados. A partir de este análisis podrán replicarse las estrategias exitosas, modificar aquellas publicaciones con menor desempeño y fortalecer progresivamente la efectividad de la propuesta de contenido digital.

## **Proceso de seguimiento y optimización de la estrategia**

El proceso de evaluación iniciará inmediatamente después de la publicación de cada contenido. Durante las primeras veinticuatro horas se realizará una revisión inicial de las métricas para conocer la respuesta inmediata de la audiencia. Posteriormente, al finalizar cada semana, se comparará el rendimiento de las tres publicaciones programadas con el propósito de identificar cuál obtuvo mejores resultados en términos de alcance, retención e interacción.

Al concluir cada mes se efectuará un análisis integral que permitirá evaluar el cumplimiento de los objetivos planteados en la estrategia. En esta etapa se analizarán las tendencias observadas durante el período, el crecimiento de la comunidad, el comportamiento de la audiencia y el desempeño de los diferentes formatos utilizados.

Con base en los resultados obtenidos, podrán realizarse ajustes relacionados con la duración de los videos, el estilo narrativo, los recursos audiovisuales, los horarios de publicación o los llamados a la acción utilizados en cada contenido. Este proceso de mejora continua permitirá que la estrategia evolucione conforme a la respuesta de la audiencia y a las dinámicas propias de TikTok, incrementando progresivamente sus posibilidades de alcanzar un mayor crecimiento orgánico.

De esta manera, el seguimiento y la evaluación del rendimiento se convierten en una herramienta fundamental para garantizar que la propuesta no permanezca estática durante su implementación, sino que pueda adaptarse continuamente a partir de la información generada por TikTok Analytics, fortaleciendo el posicionamiento digital de Rock and Smoked y asegurando que las decisiones futuras estén respaldadas por evidencia objetiva y medible.

## **Presupuesto de la propuesta**

Para la implementación de la propuesta de estrategia para TikTok de la marca Rock and Smoked, se identificaron los recursos tecnológicos, audiovisuales y

operativos necesarios para la producción, edición y publicación del contenido durante el período de ejecución. El presupuesto contempla equipos de grabación, iluminación, almacenamiento, software de edición, conectividad y recursos complementarios que permiten garantizar la calidad técnica de las piezas audiovisuales desarrolladas dentro de la propuesta.

La siguiente tabla presenta la valoración económica estimada de los recursos requeridos para la implementación de la propuesta

**Presupuesto estimado para la implementación de la propuesta de estrategia para TikTok de Rock and Smoked.**

| <b>Categoría</b>   | <b>Recurso</b>             | <b>Cantidad</b> | <b>Costo Unitario (US\$)</b> | <b>Costo Total (US\$)</b> |
|--------------------|----------------------------|-----------------|------------------------------|---------------------------|
| Equipo audiovisual | Cámara profesional         | 1               | 700.00                       | 700.00                    |
| Equipo audiovisual | Micrófono profesional      | 1               | 80.00                        | 80.00                     |
| Equipo audiovisual | Trípode profesional        | 1               | 100.00                       | 100.00                    |
| Iluminación        | Luz LED profesional        | 1               | 188.00                       | 188.00                    |
| Iluminación        | Octabox con panel de abeja | 1               | 90.00                        | 90.00                     |
| Almacenamiento     | Memorias SD 128 GB         | 3               | 40.00                        | 120.00                    |
| Energía            | Baterías recargables       | 2               | 22.50                        | 45.00                     |
| Accesorios         | Adaptador Viltrox          | 1               | 210.00                       | 210.00                    |

|                      |                        |         |        |        |
|----------------------|------------------------|---------|--------|--------|
| Accesorios           | Extensiones eléctricas | 1       | 27.00  | 27.00  |
| Transporte           | Mochila de transporte  | 1       | 45.00  | 45.00  |
| Óptica               | Lentes audiovisuales   | 4       | 117.50 | 470.00 |
| Postproducción       | Computadora de edición | 1       | 850.00 | 850.00 |
| Software             | DaVinci Resolve Studio | 1       | 300.00 | 300.00 |
| Software             | CapCut Pro             | 1       | 30.00  | 30.00  |
| Operación            | Transporte a eventos   | 3       | 15.00  | 45.00  |
| Conectividad         | Internet               | 3 meses | 10.00  | 30.00  |
| Imprevistos          | Reserva operativa      | 1       | 166.50 | 166.50 |
| <b>TOTAL GENERAL</b> | <b>US\$ 3,496.50</b>   |         |        |        |

El presupuesto incluye los recursos tecnológicos, audiovisuales y operativos necesarios para la producción, edición y publicación del contenido digital propuesto para TikTok. Algunos equipos forman parte de los recursos actualmente utilizados por la marca; sin embargo, se incluyen con fines de valoración económica de la

propuesta y para reflejar los requerimientos técnicos necesarios para su implementación.

### **Conclusión de la Propuesta**

La propuesta de estrategia diseñada para la cuenta de TikTok de Rock and Smoked constituye un aporte orientado a fortalecer su crecimiento orgánico mediante la organización y estandarización del proceso de creación de contenido. Su desarrollo integra de forma secuencial las etapas de planificación, guionización, producción audiovisual, edición, calendarización, publicación y evaluación, permitiendo que cada contenido mantenga coherencia con la identidad de la marca y responda a las preferencias e intereses de la audiencia.

Asimismo, la incorporación de lineamientos técnicos, creativos y de seguimiento proporciona una metodología práctica para optimizar el desempeño de las publicaciones, favorecer una interacción más significativa con los usuarios y consolidar la presencia digital de Rock and Smoked dentro de TikTok. En este sentido, la propuesta cumple con el objetivo planteado en la investigación al establecer una base estructurada que orienta la producción de contenido de manera continua, organizada y alineada con las dinámicas de la plataforma.

## **15. Conclusiones**

- Se diseñó una propuesta de estrategia para el crecimiento orgánico de la cuenta de TikTok de Rock and Smoked, fundamentada en el análisis de la situación actual de la cuenta, las preferencias de la audiencia y las métricas obtenidas mediante TikTok Analytics. La propuesta integra lineamientos de planificación, producción, publicación y evaluación del contenido, constituyendo una herramienta que permitirá orientar las acciones de comunicación digital de la marca hacia un crecimiento orgánico más estructurado.
- El análisis del estado actual de la cuenta evidenció que Rock and Smoked posee una presencia digital consolidada y un comportamiento positivo en indicadores como alcance, visualizaciones, interacción y crecimiento de seguidores. Sin embargo, también se identificó que el contenido se publica sin una planificación estratégica claramente definida, limitando el aprovechamiento del potencial de la plataforma para fortalecer su crecimiento orgánico.
- Los resultados de la encuesta permitieron identificar que la audiencia utiliza TikTok diariamente y muestra mayor interés por videos de preparación de alimentos, promociones, experiencias gastronómicas y contenido con alta calidad visual y creatividad. Asimismo, se comprobó que el contenido publicado en TikTok influye en las decisiones de consumo de una parte importante de los usuarios, lo que evidencia la relevancia de desarrollar contenidos alineados con sus preferencias.
- Con base en los hallazgos obtenidos durante la investigación, se elaboró una propuesta de estrategia estructurada que incorpora pilares de contenido, planificación editorial, procesos de producción audiovisual y mecanismos de seguimiento mediante indicadores de desempeño. Esta propuesta responde a las necesidades identificadas en la cuenta y ofrece una guía para fortalecer el crecimiento orgánico y la comunicación digital de la marca.

## **16.Recomendaciones**

- Implementar la propuesta de estrategia diseñada para la cuenta de TikTok de Rock and Smoked, realizando un seguimiento continuo mediante las métricas de TikTok Analytics con el propósito de evaluar su efectividad y realizar ajustes que favorezcan el crecimiento orgánico de la marca.
- Establecer una planificación estratégica del contenido basada en objetivos, categorías de contenido y una calendarización de publicaciones, permitiendo mantener una comunicación coherente y orientada al fortalecimiento de la presencia digital de la marca.
- Diseñar contenidos tomando como referencia las preferencias manifestadas por la audiencia, priorizando videos relacionados con la preparación de alimentos, promociones, experiencias de clientes y recursos audiovisuales creativos que incentiven la interacción y participación de los usuarios.
- Actualizar periódicamente la propuesta de estrategia considerando los cambios en las tendencias de TikTok, el comportamiento de la audiencia y los resultados obtenidos en las métricas, con el fin de mantener la efectividad de las acciones implementadas y favorecer un crecimiento orgánico sostenido.

## 17. Referencias Bibliográficas

- Bazan, J. M. T., & Agapito, B. D. R. P. (2024). *La influencia del contenido visual en el marketing digital para el turismo gastronómico*. Economía & Negocios: Revista de la Escuela Profesional de Ingeniería Comercial, 6(2), 69–77.
- Borja, F. A. (2021). *La importancia de la creación de contenido en marketing*. Revista Científica en Ciencias Sociales, 3(1), 69–74.
- Cabrera, S. (2013). *Marketing gastronómico: La experiencia de convertir el momento del consumo en un recuerdo memorable*. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, (45), 165–174.
- Chavez, A. A., & Vásquez, G. B. (2017). *La importancia de las redes sociales en el marketing de una compañía*. Espíritu Emprendedor TES, 1(2), 1–8.
- Decanini, C. S. I., Viguera, D. B., Ruiz, E. I. M., & Peña, A. E. G. (2025). *Influencia digital en la gastronomía: Una escala multidimensional del impacto de los foodies en el comportamiento del consumidor*. Revista Latinoamericana de Investigación Social, 8(1), 85–99.
- Fernández, I. G., & Stan, A. D. (2024). *Los conocimientos sobre algoritmos y la gestión de sus recomendaciones en TikTok e Instagram*.
- Flores Cueto, J. J., Morán Corzo, J. J., & Rodríguez Vila, J. J. (2009). *Las redes sociales*.
- Fonseca Barrado, P. (2020). *Importancia del marketing digital*.
- Gonzalez Guerrero, G. P. (2025). *Publicidad en redes sociales de pago frente a propuesta orgánicas*.
- Khiri Karrouchi, S. (2024). *Marketing digital en TikTok.0*
- Martinez, M. D. B. (2025). *Conducta del consumidor gastronómico basado en los elementos del neuromarketing*. Latam: Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, 6(3), 17.
- Medel Vivas, L. (2018). *Investigación de técnicas de crecimiento orgánico de comunidades en Instagram a través de propuestas de growth hacking*.

Mendoza López, V. J., Márquez Yauri, H. Y., León Luyo, S. L., & Ramos Laiza, C. A. (2026). *Visibilidad de marca en redes sociales*.

Mera-Plaza, C. L., Cedeño-Palacios, C. A., Mendoza-Fernandez, V. M., & Moreira-Choez, J. S. (2022). *El marketing digital y las redes sociales para el posicionamiento de las PYMES*.

Moncayo, M., & Zevallos, A. (2018). *Análisis y divulgación de las métricas de redes sociales*.

Pitre-Redondo, R. C., Builes-Zapata, S. E., & Hernández-Palma, H. G. (2021). *Impacto del marketing digital a las empresas colombianas emergentes*.

Quijije, E. D. C. C., Enríquez, W. S. Z., Enríquez, V. A. Z., & Alarcón, R. V. (2016). *Marketing digital*.

Santander, A., Rodríguez, E., Toapanta, C., & Proaño, J. (2021). *Evolución de las tendencias mediáticas en la gastronomía*.

Sarmiento, F. V. Á., & Reinoso, D. V. I. (2021). *prpuestas de la comunicación digital en el manejo de redes sociales para la promoción de microempresas*.

## **18. Anexos**

### **Encuesta dirigida a los seguidores de tiktok de rock and smoked**

Estimado/a participante:

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información sobre el comportamiento e interacción de los usuarios en TikTok, con fines académicos para una investigación sobre propuesta de estrategia y crecimiento orgánico para la marca Rock and Smoked.

La información será confidencial y utilizada únicamente con fines académicos.

#### **¿Con qué frecuencia utiliza TikTok?**

- Varias veces al día
- Una vez al día
- Varias veces por semana
- Rara vez
- 

#### **¿Con qué frecuencia interactúa con contenido gastronómico en TikTok?**

- Siempre
- Frecuentemente
- Algunas veces
- Nunca

#### **¿Qué tipo de contenido gastronómico le interesa más en TikTok?**

- Preparación de alimentos
- Promociones y ofertas
- Videos entretenidos
- Experiencias de clientes
- Tendencias o retos

**¿Qué elemento considera más importante en un video gastronómico?**

- Calidad visual
- Creatividad
- Música y edición
- Información del producto
- Duración corta y dinámica
- 

**¿Qué tipo de interacción realiza con mayor frecuencia en TikTok?**

- Dar “me gusta”
- Comentar
- Compartir videos
- Guardar contenido
- Solo visualizar

**¿Considera atractivo el contenido publicado por Rock and Smoked en TikTok?**

- Muy atractivo
- Atractivo
- Poco atractivo
- Nada atractivo

**¿Considera que el contenido de TikTok influye en su decisión de visitar o consumir en un restaurante?**

- Sí
- No
- Tal vez

**¿Qué aspecto le llama más la atención al ver una cuenta gastronómica en TikTok?**

- Calidad de los videos
- Presentación de los alimentos

- Creatividad del contenido
- Tendencias utilizadas
- Edición audiovisual

**¿Qué tipo de contenido le gustaría ver con mayor frecuencia en la cuenta de TikTok de Rock and Smoked?**

- Videos de preparación de alimentos
- Promociones y descuentos
- Contenido divertido o tendencias
- Experiencias de clientes
- Detrás de cámaras del negocio