



PROYECTO DE  
**TRABAJO**  
**1er SEMESTRE 2026**

# TABLA DE CONTENIDO

• Introducción	<b>04</b>
• Objetivos	<b>06</b>
• Público objetivo	<b>08</b>
• Estrategia general	<b>09</b>
• Estrategia específica	<b>10</b>
• Estrategia para el crecimiento.	<b>11</b>
• Canales de difusión	<b>12</b>
• Plan de acción <b>enero</b>	<b>13</b>

# TABLA DE CONTENIDO

• Plan de acción <b>febrero</b>	<b>15</b>
• Plan de acción <b>marzo</b>	<b>17</b>
• Plan de acción <b>abril</b>	<b>19</b>
• Plan de acción <b>mayo</b>	<b>21</b>
• Plan de acción <b>junio</b>	<b>23</b>
• Compromisos	<b>25</b>
• Fin	<b>26</b>

# INTRODUCCIÓN

El objetivo es establecer una ruta clara de crecimiento comercial, posicionamiento y ventas para **Escaparate 360°**, integrando de manera estratégica todos los productos, marcas y representantes que forman parte del proyecto.

Este documento funciona como una herramienta de planeación y alineación, donde se detallan las estrategias de venta, campañas publicitarias y actividades mensuales diseñadas para generar tráfico, incrementar el ticket promedio y fortalecer la relación con los clientes, tanto en canales digitales como en el punto de venta físico.



# INTRODUCCIÓN

El objetivo es establecer una ruta clara de crecimiento comercial, posicionamiento y ventas para **Escaparate 360°**, integrando de manera estratégica todos los productos, marcas y representantes que forman parte del proyecto.

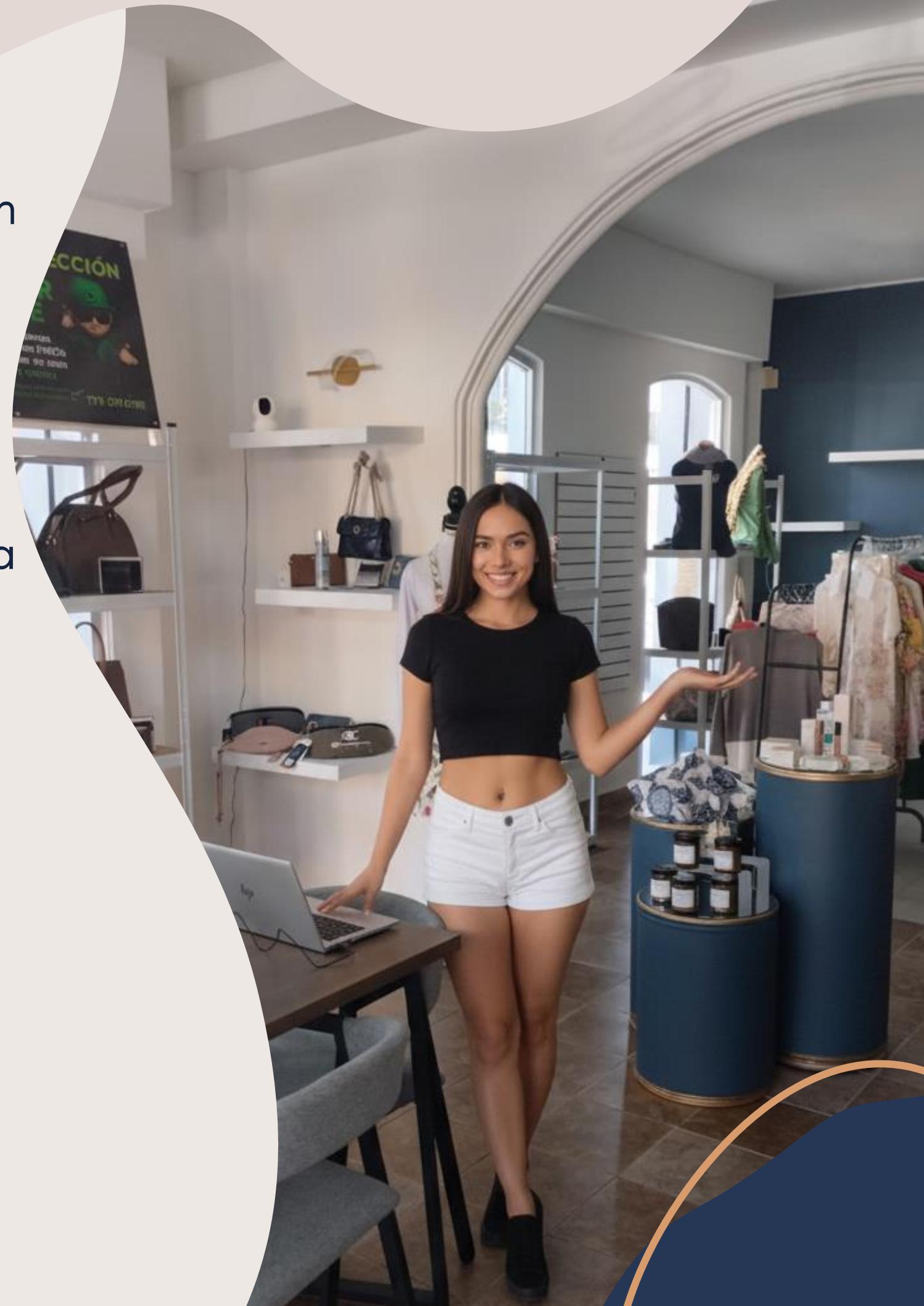
Este documento funciona como una herramienta de planeación y alineación, donde se detallan las estrategias de venta, campañas publicitarias y actividades mensuales diseñadas para generar tráfico, incrementar el ticket promedio y fortalecer la relación con los clientes, tanto en canales digitales como en el punto de venta físico.



# INTRODUCCIÓN

A lo largo del primer semestre de 2026, se implementarán acciones enfocadas en experiencias de compra, ventas colaborativas, activaciones en redes sociales, talleres y eventos presenciales, con el propósito de convertir **Escaparate 360°** en un espacio vivo de comunidad, descubrimiento y consumo consciente, donde cada marca tenga visibilidad y oportunidad de crecimiento.

Este **Plan de Trabajo** no solo marca los objetivos comerciales, sino que también busca involucrar activamente a los representantes de cada marca, fomentando el trabajo en equipo, la creatividad y la corresponsabilidad en los resultados, asegurando así una estrategia integral, sostenible y alineada con la visión de **Escaparate 360°**.



# OBJETIVOS

01

Incrementar ventas  
acumuladas en un 30-40%

02

Aumentar tráfico físico y  
digital

03

Posicionar **Escaparate 360°**  
como espacio de experiencia,  
comunidad y compra



# OBJETIVOS

04

Impulsar ventas cruzadas  
entre marcas

05

Activar a **todos** los  
representantes como  
embajadores comerciales

06

Construir una base sólida de  
clientes recurrentes



# PÚBLICO OBJETIVO

**1**

Hombres y mujeres de 23 a 50 años.

**2**

Nivel socioeconómico medio y medio-alto.

**3**

Interesados en moda casual, formal casual y tendencias actuales en productos únicos, artesanales y de tendencia.

**4**

Compran tanto por impulso como por necesidad (trabajo, eventos, temporada).



# ESTRATEGIA GENERAL

**Eventos  
presenciales**

**Ventas en  
redes  
sociales**



**Talleres  
y  
demostraciones**

**Lives  
colaborativos**

# ESTRATEGIA ESPECIFICA

**Combinar campañas tácticas de venta con branding**



**Aprovechar temporadas clave como primavera, Día del Padre**

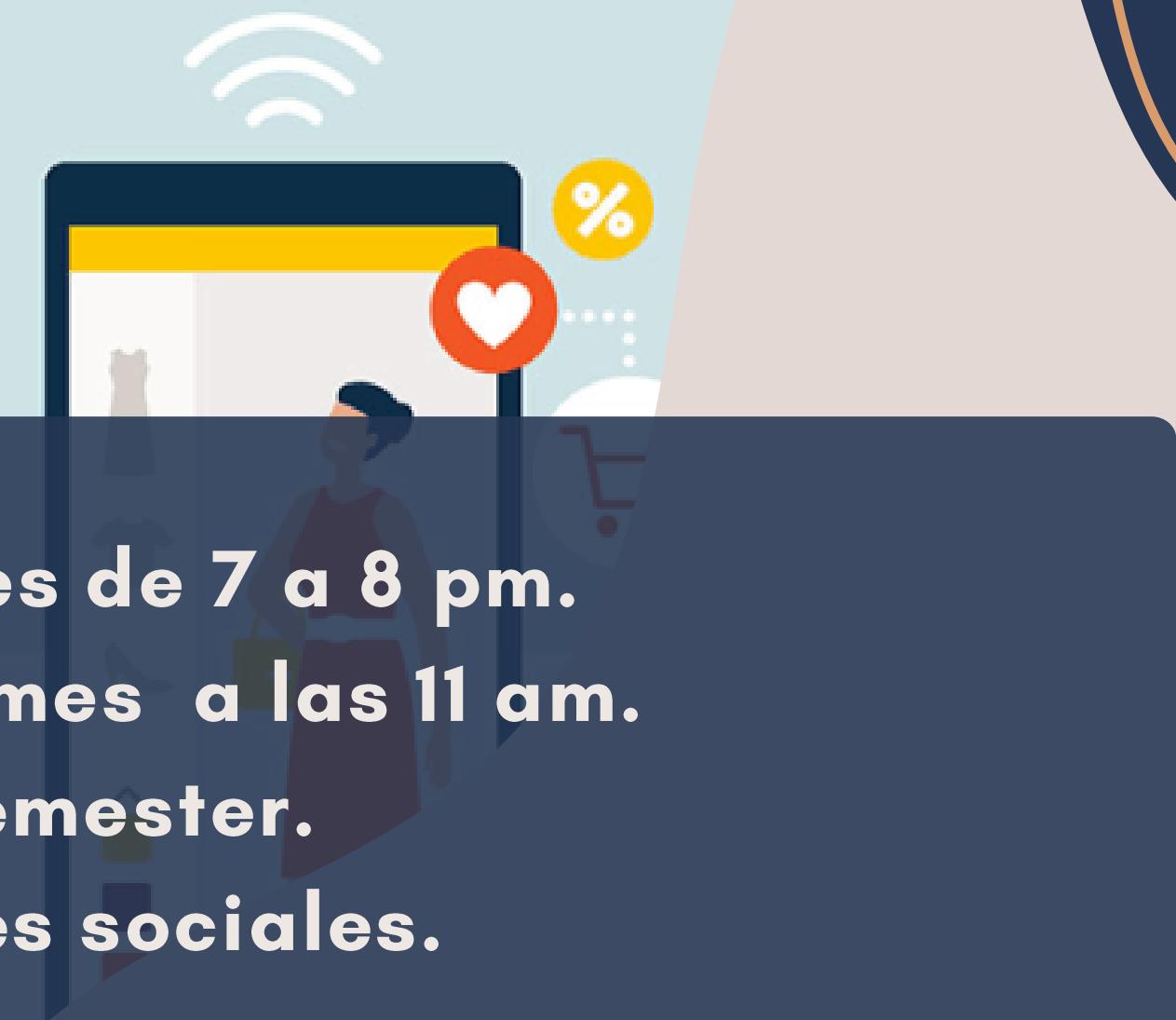
**Fomentar recompra mediante promociones y tarjetas de lealtad**

**Impulsar tráfico físico con actividades y experiencias**

# ESTRATEGIAS PARA CREENCIERTE



- **Lives 2 Jueves al mes de 7 a 8 pm.**
- **Taller 1º sábado de mes a las 11 am.**
- **1 Rifas durante el semestre.**
- **1 Concursos en redes sociales.**
- **Tarjeta de regalo.**
- **Tarjeta de fidelización.**



# CANALES DE PROMOCIÓN

1

Instagram



2

Facebook



3

WhatsApp Business



4

Tik Tok (Apoyo)



5

Experiencia en punto  
de venta



# PLAN DE ACCIÓN ENERO 2026

## “Año nuevo, Nuevos favoritos”

### Objetivos

Mover inventario post-navideño y atraer nuevos clientes.

### Estrategia de venta

Liquidación estratégica + descubrimiento de marcas

Paquetes multisector:  
+ Ropa + bolsa + accesorio.

+ Perfume + joyería + vela

### Campaña publicitaria

Mensaje:  
“Un nuevo año merece un nuevo estilo. Empieza el 2026 consintiéndote como te lo mereces.”

Canales:  
Reels, stories, lives

### Acciones comerciales

Live semanal  
Venta especial “elige 3 marcas, recibe beneficio”

Descuentos del 10% al 30% en artículos selec.  
Anuncios con cuenta regresiva (urgencia)

# TEMÁTICA SEMANAL

- 1** | Aprovecha descuentos.
- 2** | 7 días 7 looks.
- 3** | Haz tu combo de 3 o más.
- 4** | Como armar Outfit con accesorios.



# PLAN DE ACCIÓN

## FEBRERO 2026

### “Regalos con intención”

#### Objetivos

Aprovechar San Valentín sin caer en lo romántico extremo.

#### Estrategia de venta

Packs de regalo:  
Amor propio  
Regalo para ella / él  
Historias con encuestas “¿Cuál es tu regalo ideal?”

#### Campaña publicitaria

Mensaje:  
.“No es solo un regalo... es un recuerdo ❤  
El buen estilo también se regala.  
Canales:  
Reels, stories, lives

#### Acciones comerciales

Taller exprés:  
“El verdadero amor empieza en ti”  
Tarjetas de regalo físicas o digitales.  
  
Descuento especial por compra en pareja o amigos.

# TEMÁTICA SEMANAL

1

**Taller** “El verdadero amor empieza en ti”

2

Regalos inolvidables

3

Venta para ti, para el, para todos.

4

Tu imagen enamora



# PLAN DE ACCIÓN MARZO 2026

## “Primavera consciente”

### Objetivos

Introducir nuevas colecciones y elevar ticket promedio.

### Estrategia de venta

Lanzamiento de productos frescos y artesanales.  
Enfoque en bienestar, moda y hogar.  
Descuento durante el taller.

### Campaña publicitaria

Mensaje:  
Cuando apoyas a una mujer, impulsas sueños.

Canales:  
Reels , Carruseles Lives.

### Acciones comerciales

Taller:  
Cuidado de piel  
(Natura / Farmasi)  
Demostraciones de producto.  
Ventas cruzadas guiadas.

# TEMÁTICA SEMANAL

**1**

Encuentra todo para mujeres que saben lo que valen.

**2**

Cuida de ti y de tu imagen.

**3**

Venta para la mujer en el mes de la mujer.

**4**

Apoya mujeres como tu compra local.



# PLAN DE ACCIÓN

## ABRIL 2026

### “Compra inteligente”

#### Objetivos

Mantener ventas y preparar al cliente para mayo.

#### Estrategia de venta

Exhibición del regalo de mamá. en el Showroom y en redes.

Rifa del regalo del mama.

#### Campaña publicitaria

Mensaje:  
Comprar local es comprar con estilo  
Ven, elige y gana.

Canales:  
Reels , Carruseles Lives.

#### Acciones comerciales

Testimonios de clientes  
Videos explicando la dinámica de la rifa de mamá.

# TEMÁTICA SEMANAL

- 1** Arma tu look en Escaparate 360°
- 2** Renueva tu outfit sin gastar de más.
- 3** Prepárate para un 10 de mayo inolvidable.
- 4** Promoción de la rifa del Mamá.



# PLAN DE ACCIÓN

## MAYO 2026

### “ Mamá inspira”

#### Objetivos

Aprovechar Día de las Madres (compradoras) y compradores masculinos.

#### Estrategia de venta

Paquetes de regalo listos  
Tips de regalos para mama según su edad.  
Historias con recomendaciones rápidas.

#### Campaña publicitaria

Mensaje:  
El regalo perfecto sí existe.  
  
Contenido:  
Emocional + práctico dirigidos a mujeres 30-55.

#### Acciones comerciales

Live con la rifa  
live con la entrega de premios.

Venta especial “elige para ella”  
Historias con testimonios reales.

# TEMÁTICA SEMANAL

- 1** Ideas de regalo perfecto para Mama.
- 2** Regalos que crean recuerdos.
- 3** Mama ganadora.
- 4** La importancia de oler bonito tu y tu casa.



# PLAN DE ACCIÓN

## JUNIO 2026

**“Papá es un campeón”**

### Objetivos

Incrementar ventas por el Día del Padre y cambio de temporada.

### Estrategia de venta

Concurso La mejor foto de papa.  
Promociones especiales en regalos masculinos.

### Campaña publicitaria

Mensaje:  
El Buen gusto que se nota.  
  
Contenido:  
Aspiracional videos lifestyle

### Acciones comerciales

Taller exprés:  
“Gratitud clave del éxito”  
votación en redes sociales de las fotos de papa.  
  
Live de elección y entrega de premio.

# TEMÁTICA SEMANAL

1

Agradece a papá su presencia.

2

Regalos para papá y su niño interior.

3

La foto más divertida de papá.

4

La premiación de papá.



# COMPROMISOS

- Tener **redes sociales activas** y promocionar Escaparate 360° como punto de entrega.
- **Asistir a los lives** y apoyar con la elaboración de los mismos.
- Hacer **entrega de mis paquetes y/o pedidos en Escaparte 360°**.
- Apoyar en la **promoción e impartición** de los talleres.
- **Colaborar con productos y/o descuentos** para las promociones y rifas.
- Entregar puntualmente mi **PDF con inventario** de salida y entrada de mercancía.
- Entregar **empaques adecuados para elevar mi marca**.
- Hacer comunidad con todos los participantes y fomentar el trabajo en equipo para **ayudar al crecimiento de Escaparate 360°** en beneficio de todos.

# SOMOS UN EQUIPO



Juntos somos más fuertes y llegamos más lejos.



Cuando colaboramos, todo es posible.



Cada esfuerzo suma, cada persona cuenta.



Juntos transformamos esfuerzo en logros.

MUCHAS  
GRACIAS



722 780 52 82



[www.escparate360.com](http://www.escparate360.com)

