

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN LINKEDIN DE LAS
ORGANIZACIONES EXITOSAS DEL PERÚ PARA ATRAER Y RETENER
TALENTO HUMANO, 2022**

Área de Investigación:
COMUNICACIÓN Y ORGANIZACIONES

Autor(es):
Br. Lopez Fernandez Anthoané Marcela
Br. Espinoza Zagaceta Esteysi Misshel

Jurado Evaluador:

Presidente: Dr. Dante Giovanni Padilla Zúñiga

Secretario: Ms. David Omar Fernando Casusol Morales

Vocal: Ms. Ingrid Katherine Carranza Zúñiga

ASESOR:

Ms. Guido Sánchez Santur

Código Orcid: 0000-0002-1726-9220

TRUJILLO - PERÚ 2022

Fecha de sustentación: 2022/12/20

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN LINKEDIN DE LAS
ORGANIZACIONES EXITOSAS DEL PERÚ PARA ATRAER Y RETENER
TALENTO HUMANO, 2022**

Área de Investigación:
COMUNICACIÓN Y ORGANIZACIONES

Autor(es):
Br. Lopez Fernandez Anthoané Marcela
Br. Espinoza Zagaceta Esteysi Misshel

Jurado Evaluador:

Presidente: Dr. Dante Giovani Padilla Zúñiga

Secretario: Ms. David Omar Fernando Casusol Morales

Vocal: Ms. Ingrid Katherine Carranza Zúñiga

ASESOR:
Ms. Guido Sánchez Santur
Código Orcid: 0000-0002-1726-9220

TRUJILLO - PERÚ 2022

Fecha de sustentación: 2022/12/20

DEDICATORIA

A mi madre *Rocio Fernandez* por su ejemplo a seguir en el mundo corporativo, a mi padre *Marcelo Lopez* por despertar mi lado creativo, a mi hermano *André Lopez* por inspirarme profesionalmente con su talento. A *Louigi Sachún* por impulsarme a seguir creciendo como persona y profesional. A mis abuelos, familia en general y demás seres queridos por siempre apoyarme a lo largo de mi carrera.

Anthoané Marcela Lopez Fernandez

A mis padres por brindar su apoyo incondicional para lograr una de mis metas trazadas y por apoyarme a lo largo de mi carrera, a mi hermana por ser mi ejemplo a seguir e inspirarme profesionalmente.

Esteysi Misshel Espinoza Zagaceta

AGRADECIMIENTO

A Dios, por permitirnos estar aún aquí y poder guiarnos para concretar una de nuestras metas más grandes y por darnos la fortaleza para terminar con la investigación.

A Karla Celi, por su paciencia y orientación adicional, a Guido Sanchez Santur por su orientación como asesor.

A nuestras familias, amigos, compañeros de universidad y docentes por ser parte de nuestro crecimiento como profesionales.

RESUMEN

La presente investigación fue realizada con el objetivo de determinar las estrategias de comunicación que han empleado en la red social LinkedIn las organizaciones exitosas del Perú con el fin de atraer y retener talento humano, 2022. Para cumplir con esta finalidad se utilizaron técnicas de análisis de contenido y entrevistas, con sus respectivos instrumentos: Ficha de cotejo y guía de preguntas. La muestra estuvo compuesta por cinco empresas peruanas y tres expertos en el área de Comunicación y/o Recursos humanos. Los criterios de selección para el primer instrumento se basaron en empresas que hayan sido premiadas por Great Place to Work Perú 2022; y a su vez hayan usado de la red social LinkedIn, realizando contenido continuo. Al evaluar el contenido, en la recolección de datos se escogió: contenido propio publicado por la misma organización (no contenido de reposteo) durante el periodo del primer semestre 2022. Para la aplicación del segundo instrumento: guía de entrevista, los criterios fueron: experiencia laboral en el área de Comunicación o Recursos Humanos; expertos que hayan usado la red social de LinkedIn de manera personal o profesional. Finalmente se concluyó que las estrategias de comunicación como uso de formatos en carrusel PDF y participación de líderes en las publicaciones en la red social LinkedIn de las organizaciones exitosas del Perú, 2022, son las que ocasionaron mayor interacción por parte de los usuarios para una mayor atracción y retención de talento humano ya que generaron confianza, credibilidad y humanidad a las organizaciones.

Palabras clave: estrategias de comunicación, LinkedIn, atracción y retención de talento humano

ABSTRACT

The present investigation was carried out with the objective of determining the communication strategies that successful organizations in Peru have used in the LinkedIn social network in order to attract and retain human talent in 2022. To fulfill this purpose, content analysis techniques and surveys were used, with their respective instruments: Checklists and question guides. The sample population consisted of five Peruvian companies and three experts in the area of Communication and/or Human Resources. The selection criteria for the first instrument were based on companies that have been awarded by “Great Place to Work Peru 2022”; and at the same time made use of the social network LinkedIn making continuous content. When evaluating the content, in the data collection was selected: own content published by the same organization (no reposting content) during the period of the first semester 2022. For the application of the second instrument: interview guide, the criteria were: experience labor in the area of Communication or Human Resources; experts who make use of the LinkedIn social network in a personal or professional way. Finally, it was concluded that communication strategies such as the use of PDF carousel formats and participation of leaders in the publications on the LinkedIn social network of the successful organizations of Peru 2022 are those that caused the greatest interaction on the part of the users for a greater attraction and retention of human talent since they generated trust, credibility and humanity to organizations.

Keywords: communication strategies, LinkedIn, attraction and retention of human talent

PRESENTACIÓN

Señores del Jurado evaluador,

En cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, someto a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: Estrategias de comunicación en LinkedIn de las organizaciones exitosas del Perú para atraer y retener talento humano, 2022, aprobado por con Resolución N° 0257-2022-FAC.CC de la C. UPAO el 20 de octubre del 2022, realizado con el propósito de obtener el Título de Licenciadas en Ciencias de la Comunicación.

El presente informe es el resultado de largas jornadas de trabajo, esfuerzo y dedicación en base a los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación universitaria y el desarrollo del Programa de Apoyo al Desarrollo de Tesis en esta prestigiosa casa de estudios.

Por lo expuesto, señores miembros del jurado, ponemos a vuestra disposición el presente trabajo de investigación para su respectivo análisis y evaluación.

Atentamente,



Esteysi Misshel Espinoza Zagaceta
DNI. N° 70043968



Anthoané Marcela Lopez Fernandez
DNI. N° 78008560

ÍNDICE

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
PRESENTACIÓN	viii
ÍNDICE	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. El Problema de investigación	12
1.2. Objetivos:	14
1.2.1. Objetivo General:	14
1.2.2. Objetivos Específicos:	15
1.3. Justificación del estudio	15
II. MARCO DE REFERENCIA	16
1.1. Antecedentes	16
1.2. Marco Conceptual:	18
2.2.1. Gestión de Talento Humano:	18
2.2.1.1. Definición:	18
2.2.1.2. Importancia del talento humano en las organizaciones	19
2.2.1.3. Atracción de talento humano	19
2.2.1.3.1. Estrategias de atracción del talento humano	20
2.2.1.4. Retención de talento humano	21
2.2.1.4.1. Estrategias de retención de talento humano	22
2.2.2. La comunicación organizacional en redes sociales	23
2.2.2.1. Definición de Comunicación organizacional:	23
2.2.2.2. Tonos de comunicación:	25

2.2.2.3. Estrategias de comunicación:	25
2.2.3. Estrategias de comunicación en LinkedIn para la atracción y retención de talento humano.....	30
2.2.4. Hipótesis:.....	35
2.2.5. Variables: Operacionalización de variables (Anexo D).....	35
III. METODOLOGÍA EMPLEADA.....	36
3.1. Tipo y nivel de la investigación:.....	36
3.1.1. Tipo.....	36
3.1.2 Nivel.....	36
3.2. Población y muestra de estudio:	36
3.2.1. Población:.....	36
3.2.2. Muestra:	36
3.2. Diseño de Contrastación:	37
3.3. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos:.....	38
3.4. Procesamiento y análisis de datos.....	38
IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	39
4.1. Análisis e interpretación de datos	39
V. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	43
CONCLUSIONES:.....	46
RECOMENDACIONES	47
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	48
ANEXOS.....	53
Anexo A. Instrumento de recolección de datos	53
Anexo B. Validación de Instrumentos	55
Anexo C. R.D. que aprueba el proyecto de investigación	60
Anexo D. OVA	61
Anexo E. Ficha de Cotejo.....	63

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1.....	39
Figura 2.....	40
Figura 3.....	40
Figura 4.....	41
Figura 5.....	41
Figura 6.....	41

I. INTRODUCCIÓN

1.1. El Problema de investigación

Según Stanley y Aggarwal (como se citó en Reyes et al., 2021), a raíz de la pandemia de Covid-19, hoy en día las empresas hacen uso de nuevas tecnologías para la gestión del talento humano, donde sobresalen herramientas digitales como: aplicaciones (*App*), redes sociales, plataformas virtuales, interfaz de base datos con el fin de atraer y retener a los mejores talentos. Esto conlleva a que las organizaciones consideren dentro de sus acciones un plan basado en estrategias de comunicación para realizar de manera efectiva la conexión entre la compañía, los colaboradores y su futuro nuevo talento. Al optar por medios tecnológicos como: correo electrónico, redes sociales, plataformas de mensajería instantánea; genera una mínima inversión en cuanto a costos empresariales.

En la actualidad, las redes sociales forman parte fundamental de las estrategias empresariales, se puede visualizar que distintos negocios implementan estas herramientas para la venta de productos, fidelización de clientes, conexión con sus públicos objetivos; como también, para atraer y retener nuevo talento humano en sus organizaciones. Un medio social, dentro del contexto corporativo, se considera el uso y la gestión de estrategias en la red de LinkedIn.

Dentro del contexto corporativo, LinkedIn es considerada la red social más usada a nivel profesional donde se puede lograr potenciar una marca personal o empresarial. Según datos estadísticos publicados por Hootsuite en el año 2022, este medio de comunicación cuenta con más de 810 millones de usuarios donde un aproximado de 49 millones de personas hacen uso de esta red para la búsqueda de un nuevo empleo; por otro lado, un 30% del compromiso de una organización dentro LinkedIn se procede a través de los colaboradores lo cual fomenta una reputación positiva para la marca. Es por

esto que, actualmente existen 58 millones de empresas que hacen uso de esta red social.

En vista de las nuevas necesidades para las organizaciones creadas por la Covid-19, LinkedIn tuvo un crecimiento significativo y se volvió una herramienta esencial para mantenerse informado y conectado con los stakeholders. Según los datos que brinda LinkedIn, son las empresas de entre 1 y 200 empleados las que lideran el incremento de publicaciones con la finalidad de generar mayor reacciones y vínculos de conexión con clientes potenciales, colegas, líderes de distintos rubros, proveedores, entre otros. De esta manera, distintas empresas buscan atenuar así las consecuencias que dejó la pandemia en la relación de la conexión de las marcas con sus respectivos públicos.

De acuerdo con el informe global de tendencias en LinkedIn para la gestión de talento, las organizaciones en la actualidad buscan ser más empáticas con sus colaboradores y posibles nuevos empleados. Entre las tendencias para la atracción de talento humano las compañías consideran 4 puntos fundamentales que son:

- Experiencia del empleado.
- People Analytic.
- Reclutamiento interno.
- Fuerza laboral multigeneracional.

Para poder cumplir con estos aspectos esenciales, es necesario poder recurrir a estrategias de comunicación donde se enfoque acciones enfocados a un público tanto externo como interno. Por ello las organizaciones en la actualidad buscan mejorar sus procesos haciendo uso de la comunicación.

Ladino (2017), establece que la comunicación pasa por distintos procesos iniciando así con el análisis y diagnóstico de la comunicación interna donde se busca identificar el público objetivo, analizar el ambiente laboral, por otro lado, se realiza el diagnóstico de la imagen corporativa incluyendo a su

vez un análisis de la competencia. El autor considera importante contar con un comité de comunicación con la finalidad de implementar nuevas estrategias de forma periódica donde se cumplan con los objetivos y metas plasmadas al inicio de cada año corporativo. Asimismo, a través de esta área se evalúan distintas estrategias y acciones comunicativas en base a criterios de publicación de contenidos.

Debido a que LinkedIn se considera la red social con mayor movimiento en el periodo 2021 - 2022 en las organizaciones y profesionales, lo cual se convierte en una oportunidad para determinar y analizar las estrategias de comunicación que se viene empleando en LinkedIn con el fin de atraer y retener talento humano. Clasificando así el tipo de contenido emitido según estrategias, formatos usados, tonos comunicativos, actores que intervienen, lo cual permitirá identificar a su vez las tendencias dentro de esta red social. Esto se podrá evidenciar con el análisis de cinco organizaciones que han sido consideradas dentro de la premiación del ranking del Great Place to Work 2022, teniendo en cuenta así a: Interbank, Hipermercados Tottus, Farmacias Peruanas, Real Plaza y Compartamos Financiera. Desde esta perspectiva se plantean diversas interrogantes en cuanto al proceso, el cómo y con qué medios se genera una comunicación efectiva dentro de la red social LinkedIn.

A raíz de todo lo expuesto, se considera abordar el siguiente problema de investigación:

¿Cuáles son las estrategias de comunicación que vienen empleando en la red social LinkedIn las organizaciones exitosas del Perú con el fin de atraer y retener talento humano, 2022?

1.2. Objetivos:

1.2.1. Objetivo General:

Determinar las estrategias de comunicación que vienen empleando en la red social LinkedIn las organizaciones exitosas del Perú con el fin de atraer y retener talento humano, 2022.

1.2.2. Objetivos Específicos:

OE1: Analizar los elementos de las estrategias según: tipo de estrategia, formato, propósito comunicativo, actores.

OE2: Caracterizar el mensaje que utilizan las organizaciones como estrategias de comunicación según el tema, el objetivo, el tono e impacto a través de la red social LinkedIn para la atracción y retención de talento humano.

OE3: Identificar las tendencias que usan las organizaciones a través de la red social LinkedIn para la atracción y retención de talento humano

1.3. Justificación del estudio

Vivimos en una era digital hoy en día donde las redes sociales son parte importante del día a día de los usuarios y consumidores donde logran tener mayor interacción y protagonismo en diferentes ámbitos sociales, en el ámbito laboral se puede destacar el crecimiento de la red social LinkedIn durante la pandemia Covid-19, esta red social que hoy en día no solo ayuda a reclutar talento humano, sino también a retenerlo; es por ellos que el presente estudio busca dar a conocer e identificar las nuevas tendencias de uso de la red social LinkedIn y estrategias de comunicación que las organizaciones vienen haciendo uso. Es decir, una guía de acciones estratégicas para que puedan ser implementadas por las organizaciones en su proceso de atracción y retención de talento humano.

Para concretar la investigación se elabora una ficha de análisis de contenido, la cual servirá para ser aplicada por futuros investigadores que pretendan analizar la red social LinkedIn en distintos procesos, Donde los beneficiarios de este proyecto serán las empresas que buscan generar mayor interacción, visualización y alcance a través de esta red social para atraer y retener talento humano.

II. MARCO DE REFERENCIA

1.1. Antecedentes

La búsqueda de antecedentes fue realizada en repositorios locales, nacionales e internacionales, lo cual permitió encontrar estudios previos e interesantes sobre las acciones que realizan las organizaciones en las redes sociales para atraer nuevo talento humano, esto contribuye a entender a profundidad el tema de la presente investigación.

Nivel Internacional

Salustiano, P. (2022), en su tesis de fin de máster *Impacto de las redes sociales en el proceso de atracción de talento* de la ICADE Business School Madrid, en su estudio cualitativo sobre la percepción de los profesionales de recursos humanos en España sobre la utilidad e impacto de LinkedIn en el proceso de adquisición de talento en las organizaciones concluye que las organizaciones son conscientes de la importancia de estar presente en una red social profesional como LinkedIn y de la utilidad que tiene como nexo de unión con el talento humano.

Iglesias, C. y Sánchez, L. (2022), en su tesis de Grado Las TIC en los procesos de reclutamiento y selección de talento humano: un estudio sobre su impacto, avances y perspectivas, del colegio de Estudios Superiores de Administración, Bogotá, enfatiza que diversos procesos dentro de las organizaciones han dado un giro total con la llegada de las tecnologías de la información y la comunicación donde se ha tenido que rehacer y plantear nuevas estrategias. Concluyó que la herramienta TIC más utilizada en el proceso de reclutamiento y búsqueda de candidatos es la red social LinkedIn. Este análisis permitió identificar las tendencias tecnológicas usadas para el proceso de reclutamiento y selección. Esta aplicación de su instrumento: entrevista a profundidad servirá de base para realizar la investigación.

Monedero, P. (2020) en su trabajo *Reclutamiento y selección a través de redes sociales: especial atención a LinkedIn* brinda un cuestionario enfocado en el

uso de redes sociales a nivel de importancia en las empresas, aplicado a pymes que usan herramientas online para el proceso de reclutamiento y selección. Dentro de la investigación se resalta que "LinkedIn aparece como la red social más potente y más utilizada por las empresas para llevar a cabo procesos de reclutamiento y selección". Por ello, este estudio servirá de base para la aplicación en la técnica de entrevistas constituida por expertos.

Montes, A. (2020), en su artículo *Employer branding digital y la atracción y retención de talento. Especial referencia al plan de igualdad*, publicado en la revista internacional y comparada de Relaciones Laborales y Derechos de Empleo, analiza el término Employer branding, transformado en la era digital y el papel fundamental que juegan las redes sociales en la atracción y selección de talento humano en las empresas, con una reflexión profunda sobre cómo gestionar la marca de empleador durante los tiempos de COVID-19.

García et al. (2016), en su investigación sobre el uso de las (TIC) en los sistemas de reclutamiento y selección de personal de las empresas en México, afirma que la revolución digital ha permitido optimizar los procesos que aseguran la captación, atracción y retención de talento humano.

Nivel Nacional

Gómez, A., Ramos, E. y Reyes, M. (2021), en su artículo de investigación *Desafíos de la gestión del talento humano en tiempos de pandemia COVID-19*, recomienda a las empresas mantenerse a la vanguardia de la tecnología haciendo uso de Inteligencia Artificial en distintos procesos de gestión del talento humano. Este estudio brinda una base de análisis bibliográfico sobre tendencias de estrategias usadas en la gestión de talento humano.

Kwok y Muñiz (2021), citado por Reyes, Gómez y Ramos (2021, p. 234), plantea que "La red social más frecuentada por los reclutadores es LinkedIn", asimismo, permite comprobar que el uso de las redes sociales es efectivo en los procesos de atracción y retención del talento humano.

Esto conlleva a concluir que el uso de redes sociales, como LinkedIn, permiten que el proceso de atracción y retención de talento humano tenga mayor efectividad y eficacia ayudándonos en la reducción de costos de los planes estratégicos dentro de las organizaciones, y a su vez, disminuir la rotación personal.

Nivel Local

Martínez, C. (2020), en su tesis *La marca personal digital de los usuarios de la plataforma LinkedIn y su influencia en la percepción de empleabilidad de los reclutadores de Trujillo*, Para obtener el grado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, aplica una guía de observación de contenido en la red social corporativa LinkedIn y concluye que la construcción de la marca personal digital influye en la percepción de los reclutadores incrementando la empleabilidad de los usuarios de la plataforma LinkedIn. Recomienda la construcción de marca personal a través de contenidos atractivos en la red social LinkedIn, lo cual permitirá establecer una red de contactos, y a su vez, generar interés por el público.

1.2. Marco Conceptual:

2.2.1. Gestión de Talento Humano:

2.2.1.1. Definición:

El talento humano es el recurso más importante para el funcionamiento de una organización, según Pietro, P. (2013) "El talento humano se basa en la planeación, desarrollo y organización como también el control eficaz y efectivo de las técnicas que permitan promover e incentivar el buen desempeño del capital humano y a la vez que permita alcanzar sus objetivos" (p.11). Se puede interpretar entonces como la capacidad que tienen las personas para resolver problemas aplicando todas sus capacidades, conocimientos, aptitudes e inteligencia enfocado en el mejoramiento de la organización.

Entonces, el talento humano de una organización es un elemento importante, y más hoy en día cuando son las organizaciones las que trabajan para el colaborador y no al revés; y se estimó que al 2022, el colaborador y/o potencial nuevo colaborador toman en cuenta diversos aspectos favorables para elegir una organización a la que prestará sus servicios.

2.2.1.2. Importancia del talento humano en las organizaciones

Es importante que las organizaciones tengan en cuenta que las personas son un factor crítico y definitivo en el desarrollo de las empresas. Según Martínez, A. y Mateus, M. (2020) “El talento humano en las organizaciones es parte fundamental del desarrollo de la productividad empresarial, está enfocado en el desarrollo de la productividad empresarial, en el desarrollo del capital humano, a mayor identificación y compromiso con la empresa mayor eficacia se obtendrá en el desarrollo de las funciones” (p.3).

La calidad de vida de un trabajador dentro de una organización no solo depende de su estado de ánimo, sino también de la satisfacción que le genera la organización, es por eso que no solo se debe crear sentido de pertenencia en una organización, sino también incentivar el bienestar ya que de este modo es posible conservar a los colaboradores que se caracterizan por su creatividad, innovación, colaboración y proactividad dentro de la organización.

El talento humano en las organizaciones ha trascendido de manera desenfadada a raíz de la pandemia y más para los procesos de toma de decisiones, y eso obliga a dirigir la relación que se da entre la organización y cada uno de sus colaboradores sin dejar de lado el enfoque de la rentabilidad y su crecimiento.

2.2.1.3. Atracción de talento humano

Según Gubman (como se citó en Calderon, 2004), indica que una buena estrategia para captar talento humano se basa en crear un entorno de trabajo

adecuado, que mantenga un correcto clima laboral bajo pilares sólidos de cultura organizacional.

Varios estudios realizados anteriormente indican que para que un colaborador encuentre atractiva la organización toma en cuenta los siguientes aspectos:

- Oportunidad de desarrollo profesional.
- Oportunidades de desarrollo de carrera.

2.2.1.3.1. Estrategias de atracción del talento humano

Madero, S. (2009), menciona "Las oportunidades de crecimiento y de desarrollo de habilidades son factores más importantes para los buscadores de trabajo, seguido por los sueldos y los salarios, confirmando que las preferencias de las personas al momento de buscar alguna oportunidad de trabajo se basan en aspectos de desarrollo de recursos humanos o bien, en compensaciones no monetarias.

Hoy en día a raíz de todos los cambios y adaptaciones que realizaron varias organizaciones a principios de la Covid-19 surgen nuevas tendencias y estrategias para la atracción del nuevo talento humano dentro de las organizaciones. Villaseñor (como se citó en equipos&talentos, 2021) señaló durante su masterclass Tendencias que marcan la gestión de personas 2021 organizado por la IMF institución académica, diez tendencias que serán fundamentales para las organizaciones en la gestión para la atracción de personas, ya que las organizaciones tuvieron que cambiar procesos y adaptarse como el teletrabajo o sistema mixto (teletrabajo/home office) y uso de nuevas tecnologías en el caso de algunas organizaciones.

- Salud emocional de la plantilla.
- Transformación empresarial.
- Promocionar la diversidad.

- Flexibilidad laboral y conciliación
- Gestión proactiva de la desconexión digital.
- Fórmulas para la formación.
- Gestión de procesos en la nube.
- Nuevos procesos de reclutamiento en el mundo virtual.
- Planes de acogida digitales.
- Apuesta por los beneficios médicos.

Sin embargo, un estudio realizado por la empresa Manpower (como se citó en Redacción EC, 2021), revela que un 69% de las organizaciones encontraron ciertas dificultades para cubrir las vacantes que tenían disponibles, esto como consecuencia del Covid-19, ya que los trabajadores están en búsqueda de mejores condiciones laborales y mayor flexibilidad, por lo que tienen una alta disposición a cambiar de trabajo, en particular durante el 2022; por ello, el área de recursos humanos al tener el panorama actual va trabajando y genera siete tendencias para la atracción de talento basado en lo que los colaboradores buscan en una empresa:

- Trabajo híbrido (teletrabajo y presencialidad).
- Elevar el nivel de upskilling (optimización y desarrollo de habilidades para el puesto actual) y reskilling (adquisición o desarrollo de habilidades para cambiar a otro puesto).
- Salud mental y bienestar primeros en la lista de prioridades.
- Entorno digital cambiante.
- Nuevas tecnologías.
- Diversidad, inclusión y cierre de brechas.
- Employer Branding.

2.2.1.4. Retención de talento humano

Según Prieto (2013), "La retención de talento humano se da por la necesidad de la organización de retener su activo más valioso. Una vez que las organizaciones identifican sus talentos más importantes inmediatamente tienen

que diseñar estrategias para asegurar que estos colaboradores están adecuadamente remunerados, reconocidos y tengan oportunidades de desarrollo profesional, ya que estos tienen el conocimiento, experiencia, habilidad y conforme pasa el tiempo se especializan en los procesos y se vuelven más eficientes. (pp. 30-31).

Encontrar talento humano y retenerlo es difícil, por eso algunas organizaciones han ido implementando el trabajo desde casa antes de la pandemia Covid-19 y reforzando esta nueva idea durante el contexto actual gracias a la pandemia, se rompen algunas barreras geográficas y se obtienen como resultados un equipo diverso multicultural, conectado con clientes a nivel mundial.

2.2.1.4.1. Estrategias de retención de talento humano

La retención de talento humano busca conservar a las personas que demuestran gran desempeño, calidad y actitud en su trabajo aportando valor a la organización. Eduardo Rodríguez, director de España de Bosch Service Solution, en una entrevista dirigida por APD (2022), opina “aún con todo el desarrollo tecnológico hoy en día el verdadero valor en las organizaciones lo aportan las personas”; es decir que el colaborador tiene que sentirse valorado y que el trabajo que realiza día a día es importante. También es primordial la experiencia del colaborador dentro de la organización, esto es un pilar cuando hablamos de retención de talento humano.

Las organizaciones se encuentran en la búsqueda de implementar nuevas estrategias atractivas para la retención de nuevos talentos:

- **Employer branding:** La opinión y visión del nuevo talento determina la imagen de la marca.

- **Programas de inmersión:** Programas que ayudan a los nuevos talentos a conocer las raíces de la organización, su cultura, clima, beneficios para así generar sentido de pertenencia con la organización.
- **Planes de reconocimiento, recompensa y desarrollo:** Estudios confirman y aseguran que una de las principales preocupaciones de los colaboradores es la falta de apreciación en el trabajo que desempeñan; el desarrollo y la generación de oportunidades genera motivación en ellos, y un sistema de recompensas determina la decisión de mantenerse en la organización.
- **Cultura remota:** Es un nuevo concepto utilizado como estrategia/tendencia a raíz de la pandemia por Covid-19 que se forja como saludable y sólido generando trabajadores más productivos y felices. Esta cultura debe reflejar así mismo los valores y objetivos de la organización.

2.2.2. La comunicación organizacional en redes sociales

2.2.2.1. Definición de Comunicación organizacional:

Para Guzmán (2012), la comunicación se define como un proceso que contiene distintas etapas, lo cual se transmite en un tiempo establecido haciendo uso de varios elementos. Asimismo, considera que la comunicación es sumamente importante en el proceso social del ser humano.

Montoya (2018), señala que “La comunicación es un proceso social importante. No es posible imaginar al hombre y mucho menos una organización sin comunicación. Con esta perspectiva la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre integrantes de la misma, e incluso entre esta y diferentes públicos de su entorno”, (pág.785).

Crespo, Nicolini y Parodi (2015), definen a la comunicación como el sistema nervioso de la organización. Es decir que la comunicación viene a ser un eje

principal de las organizaciones, lo cual permite que el empleado tenga una identidad corporativa o se identifique con ella en base a valores que comparten con su público objetivo.

Ríos, Paéz y Barbos (2020), definen la comunicación como “un proceso mediante el cual se exteriorizan los sentimientos, emociones y conocimientos de los humanos con su entorno con el fin de construir relaciones diferenciadoras de las realidades positivas y/o negativas que manifiesta el individuo” (p.12).

La comunicación organizacional se puede presentar de las siguientes maneras según al público al que va dirigido:

a) Comunicación interna:

Vergara (2014), manifiesta que implementar la comunicación interna dentro de las organizaciones ha sido de gran aporte debido a que permite descentralizar la información, integrando a cada uno de sus miembros. También señala que las nuevas tecnologías están cambiando la forma de llegar a sus tipos de públicos, lo cual genera un empoderamiento dentro de la empresa debido a que existe una comunicación multidireccional, multi-aportes y multi-integradora.

b) Comunicación externa:

Hernández (2002), citado por Ramos ,Paredes, Teran y Leman (2017), p.43), sostienen que “la comunicación externo es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización a sus diferentes públicos externos, para mantener o mejorar la relación con ellos, proyectar una imagen favorables y promover sus productos o servicios”.

2.2.2.2. Tonos de comunicación:

- a) **Corporativo:** se realiza una comunicación formal, evitando términos coloquiales. Según un artículo publicado por We Are Content (2021), “Es útil para presentar informes con estadísticas, cifras, evaluaciones, etc.”
- b) **Informal:** uso de lenguaje coloquial y cotidiano.
- c) **Cercano:** se toma en cuenta el uso del lenguaje según el tipo de público al cual se dirige.
- d) **Humorístico:** uso recursos cómicos.
- e) **Demostrativo:** se muestran las ventajas del producto y/o servicio.
- f) **Testimonial:** se cuenta con el testimonio de usuarios que emiten opinión sobre tu marca, producto o servicio.
- g) **Informativo:** cuando se comparte datos con relevancia.

2.2.2.3. Estrategias de comunicación:

En un artículo publicado por Santander Universidades (2021), define como estrategia de comunicación al “conjunto de acciones comunicativas que se realizan para lograr los objetivos planteados en torno a la imagen corporativa, las ventas o la reputación”. Asimismo, cita a Ducker compartiendo la siguiente estadística, “el 60% de todos los problemas administrativos son el resultado de una comunicación ineficaz”. Por otro lado, nos define el tipo de estrategias comunicativas:

- a) **Estrategias de lanzamiento:** se hace uso de acciones para la propagación de un nuevo producto, servicio o marca con el fin de que se genere un impacto positivo.

- b) Estrategias de visibilidad:** aquí se busca acciones que conlleven a generar notoriedad entre tu público objetivo, destacando el potencial de tu marca.
- c) Estrategias de confianza:** acciones caracterizadas por contribuir una percepción positiva de la marca generando conexión y simpatía con su diferente target.
- d) Estrategias de posicionamiento:** se busca que el público pueda sentirse identificado con los valores y características de la empresa.
- e) Estrategias de expansión:** las acciones están enfocadas en el crecimiento del negocio abarcando nuevas líneas de negocio.

Una tendencia dentro de las organizaciones, es hacer uso de las redes sociales para poder poner en práctica distintas estrategias de comunicación, por lo tanto, se define a este medio como:

Según Guittin (2017), las redes sociales permiten compartir un sinnúmero de información a un público específico. Hoy en día las empresas usan esta tecnología como un tipo de comunicación orquestal; es decir, existe un conjunto de individuos que emiten información en un sistema de red y reciprocidad. Para este autor, la red social viene a ser una herramienta creativa donde se puede difundir mensajes de una manera fuera de lo común. Por otro lado, establece ventajas al contar con estas plataformas, tales como: viralidad que es de carácter gratuito y permite la creación de un diálogo.

Asimismo, González (2015) define a las redes sociales como un espacio estratégico donde se tejen vínculos, formando una comunidad participativa que crean contenidos dentro de un contexto; manifiesta que la red social sirve para “divulgación de productos, análisis de comportamiento de los usuarios o como vehículo de comunicación directa con sus consumidores”.

Tomando en cuenta estas definiciones podemos decir que las redes sociales son herramientas que permiten la creación y desarrollo de relaciones

interpersonales, estas son horizontales e informales y se llevan a cabo en espacios virtuales, los cuales sirven como sitios colaborativos e integradores, además de ser útiles para los tomadores de decisiones.

Tipos de Redes Sociales:

Como mencionó Andrés Badra, en el diario El Peruano, “una red social en el ambiente laboral forma un vínculo omnipresente, que permite unir al grupo de colaboradores –sin distinción de cargos ni naturaleza de trabajo– alrededor de un espacio virtual, para sentirse parte de una razón, una causa o un motivo que conecta con su razón de vivir y amplifican el “trabajo” a su vida como individuo” (2018).

a) Redes Genéricas:

Estas redes son las más numerosas y conocidas; las personas se integran para compartir con otras, ya sea actividades o temas de interés en común. Están dirigidas a cualquier tipo de usuario. Las organizaciones también se han incorporado a este tipo de redes para una participación más activa e interactiva con sus grupos de interés, de las cuales las más empleadas son:

Facebook: es la principal red social genérica creada por Mark Zuckerberg y utilizada por más de 3 mil millones de usuarios (Estadísticas de Facebook 2022). Consiste en un servicio gratuito en internet que le permite al usuario conectarse e interactuar con otras personas con las cuales comparte temas de interés.

Instagram: forma parte del conglomerado de redes sociales de la empresa Meta Platforms, adquirida por Mark Zuckerberg en el año 2011. Esta aplicación permite a los usuarios crear contenido visual en base a publicaciones de historias “*stories*”; aplicación de efectos/filtros en fotos y videos o reels.

Whatsapp: permite compartir información a través de archivos, imágenes mensajes y notas de voz, y ha sido adaptado como herramienta de

comunicación interna empresarial debido a su alta interactividad y facilidad de manejo. Este aplicativo también cuenta con una comunicación menos formal y directa entre los empleadores, siendo un espacio digital útil para comunicar de manera inmediata.

Tik Tok: Nos permite compartir un contenido más auténtico y creativo a través de lo audiovisual. Así como las demás redes, también nos ofrece el perfil para negocios con herramientas de análisis y estadísticas según las actividades del usuario.

b) Redes profesionales:

Así como existen redes genéricas adaptadas a la comunicación de empresas, también existen algunas herramientas digitales que se ha desarrollado exclusivamente para la comunicación interna y externa en las corporaciones, tales como:

Yammer: diseñada para que los colaboradores de los diferentes departamentos puedan comunicarse entre sí, agilizando el proceso de comunicación interna respecto a los sistemas tradicionales como reuniones presenciales o el uso del correo electrónico corporativo que tiene características limitadas para una comunicación interna participativa; el uso de esta red facilita el trabajo en equipo, las conversaciones y los datos empresariales intuitivamente.

Workplace: Es una extensión de Facebook que va dirigido a empresas, corporaciones para que puedan utilizarla como herramienta de comunicación interna; esta combina tecnología de última generación con funciones fáciles de usar para transformar la comunicación, cultura y procesos de trabajo en organizaciones de todos los tipos, tamaños y sectores, también combina la urgencia en tiempo real de los mensajes instantáneos con los debates planificados en grupos.

WhatsApp Business: Esta red social comparte una nueva forma de comunicarse de manera individual y masiva con nuestros clientes durante el proceso de adquisición de algún producto o servicio.

LinkedIn: es una red social corporativa, que fue creada en 2002 por Reid Hoffman, donde su principal objetivo era poder crear una red virtual de contactos profesionales. Actualmente, este medio cuenta con más de 810 millones de usuarios, donde distintos talentos han sabido aprovechar los beneficios que brinda LinkedIn, como por ejemplo: conseguir trabajo, posicionar sus marcas personales y establecer relaciones dentro de su mismo rubro.

Aparte del uso personal que se le da a esta red social, también se puede crear perfiles como organización, lo cual ha servido como medio de conexión para poder reclutar, compartir e informar más sobre las acciones de cada empresa.

LinkedIn es importante para los usuarios ya que permite tener un propio microsite donde el profesional puede plasmar: experiencia laboral, que estudios han realizado, con qué certificaciones cuentan, que conocimientos y aptitudes poseen, intereses bajo los parámetros de empresas a las cuales uno sigue. Esto sirve para que las organizaciones, al momento de reclutar, puedan identificar de manera más rápida a sus nuevos talentos según las características que están buscando.

De las ventajas que LinkedIn como red social brinda se tienen las siguientes:

- Permite encontrar oportunidades laborales.
- Ayuda a generar oportunidades de negocio.
- Fomenta la creación de nuevos contactos.
- Brinda información actualizada de forma gratuita.

Dentro de esta red social se pueden realizar publicaciones donde permitan la interacción entre profesionales, este tipo de contenido se puede calificar según reacciones, comentarios y compartidos.

Un usuario puede calificar un post según reacciones bajo ítems denominados por la red social como: recomendar, celebrar, apoyar, hacer gracia, importante, interesante, dar curiosidad, encantar.

Según el tipo de comentario/compartido se clasifican según niveles de respuesta o respeto donde se distribuye como: positivo, negativo o neutro.

2.2.3. Estrategias de comunicación en LinkedIn para la atracción y retención de talento humano

Garrido (2004) “define estrategia como un plan o pauta que integra los objetivos, las políticas y la secuencia de acciones principales de una organización en un todo coherente” (Ríos et al., 2020, p.17).

Desde la perspectiva de la comunicación una estrategia permite según Ríos et al. (2020) definir objetivos frente a la observación de problemáticas comunicacionales, donde la solución consta de establecer metas claras. Asimismo, los autores mencionan que:

“Las estrategias de comunicación se pueden diseñar por la identificación de un problema latente en la comunidad u organización determinada, también se pueden diseñar como resultado analítico de un diagnóstico elaborado; con esto se aclara que, las estrategias de comunicación se diseñan y se desarrollan para dar respuestas a las necesidades de comunicación, posicionamiento, imagen, interacción, participación ciudadana y entre otras, que se presentan en un entorno determinado” (Ríos et al., 2020, pp. 20-21).

LinkedIn es considerada una red social dirigida para profesionales y organizaciones que buscan nuevo talento humano y posicionamiento de marca. En

la actualidad, este espacio digital ha pasado por una serie de procesos a raíz de la pandemia causada por el Covid-19, donde las organizaciones hoy en día le brindan un peso y uso mayor a esta red social, debido a que muchas empresas tuvieron que reinventarse y acoplar distintos procesos a contextos digitales. Uno de estos cambios fue el traslado del trabajo presencial en oficina a un ámbito considerado como el teletrabajo/trabajo remoto, lo cual cambió el punto de vista de muchos negocios sobre las nuevas formas de poder demostrar a sus colaboradores que son parte de la organización, así como también evidenciar a los nuevos talentos el por qué merecen ser elegidos por ellos como un nuevo lugar de trabajo.

En la actualidad, con el avance del tiempo transcurrido durante el proceso de cuarentena por Covid-19 LinkedIn se ha ido posicionando y pasó a ser un medio a través del cual las organizaciones puedan plasmar sus estrategias para la retención y atracción de talento humano. La red social LinkedIn actualmente cuenta con las siguientes estrategias de comunicación:

A) Estrategia según el tipo de contenidos:

Uso de fotos/videos: lo visual siempre atraerá a tus clientes, es por ello que se recomienda implementar en los contenidos de LinkedIn.

Encuestas cualificadas: conocer la percepción que tiene tu público sobre distintas temáticas permitirá plantear de una manera más óptima tus acciones de comunicación.

Carruseles en PDF: considerada una nueva tendencia dentro de LinkedIn, lo cual permite compartir información de una manera más creativa, resumida y clara.

Casos de Éxito: el comunicar los logros de tu equipo genera atracción para futuros nuevos talentos, lo cual establece conexión con el público objetivo.

Eventos: las organizaciones demuestran a través de este canal de comunicación que es lo que se realizan dentro de ellas. Fomentando la creación de una imagen institucional en base a los pilares de la empresa.

Uso de podcasts y audios: esta estrategia se ve aplicada en distintas redes sociales, lo cual permite la conexión de expertos de distintas áreas de la empresa con profesionales enfocados dentro del mismo rubro.

B) Estrategias según los actores que intervienen:

Según lo que establecen distintos autores, se ha seleccionado los actores según las últimas tendencias implementadas dentro de la red social LinkedIn.

Embajadores de marca: Valades (2022) define a este grupo de actores como “una persona, famosa o no, que se encarga de representar una marca, sus productos o servicios de manera positiva, responsable y consciente, con la intención de incrementar las ventas”

Según el artículo publicado en Blu Cactus (2022), las características que presentan los embajadores de marca son las siguientes:

- a) Debe contar con personalidad atrayente basada en buena reputación frente al público de la organización.
- b) Cuenta con el perfil de líder, lo cual logra captar la atención del público.
- c) Presencia en medios digitales, no es necesario que este actor cuente con un gran número de seguidores en redes, pero lo importante es que mantenga actualizaciones de contenido vinculado a los valores de la marca

Presencia de líderes: una nueva estrategia dentro de las redes sociales se considera que es mantener a los líderes en la visibilidad de los usuarios, donde

expertos de distintas áreas pueden compartir a través del liderazgo su rol y gestión del talento humano.

Influencers: este actor es identificado por ser una persona que destaca por su perfil en redes sociales, teniendo un número alto de seguidores, su comportamiento influye en sus públicos.

De acuerdo al reporte global de tendencias de talento de LinkedIn al 2022 tiempo post Covid-19, indica que las empresas hoy en día están siendo más empáticas no solo para atraer sino también para retener el talento humano. Entre las tendencias para la retención y atracción de talento humano que las organizaciones tomarían en cuenta son:

Experiencia del empleado: implicando un cambio de paradigma (la organización trabaja para el colaborador y no al revés) las organizaciones buscan generar interacciones positivas entre colaboradores y la organización.

People Analytic: accesibilidad a los datos permite identificar brechas, habilidades y valorar la oferta y demanda.

Reclutamiento interno: Los cambios de posiciones dentro de las organizaciones han aumentado un 10% globalmente en los últimos cinco años, según datos de LinkedIn.

Fuerza laboral multigeneracional: Las empresas están comenzando a usar la empatía para entender cómo los equipos de trabajo que reúnen diferentes experiencias de vida pueden ser más exitosos.

Tendencias

Según Mompert, G. (2021), en este año 2022 las tendencias en Social Selling en LinkedIn son las siguientes:

1. Tendencia #1— Propósito y valores para un social selling efectivo: en la actualidad las organizaciones buscan impactar a través de una imagen social positiva enfocados en demostrar y saber comunicar sus valores, lo cual permitirá conectar con el talento humano.

2. Tendencia #2— Presencia pública de los directivos como embajadores de la marca: una estrategia de marketing que hoy en día toma mayor protagonismo dentro de las organizaciones es contar con embajadores de marca quienes generan la reputación y credibilidad de las empresas.

“Las marcas se humanizan para ser más cercanas. Los consumidores comparten sus experiencias, valoración y opiniones. Es más creíble lo que los demás dicen de mí que lo que yo misma te pueda explicar” (Mompart, 2021)

3. Tendencia #3— Refuerzo del branding por contenidos: Debemos plantear estrategias para generar contenido dentro de esta red social, no solo enfocarnos en compartir información sino generar interés en nuestros públicos.

4. Tendencia #4— Crecimiento de las emisiones en vivo en LinkedIn: una forma de ser atractivos y transparentes es la espontaneidad que se visualiza a través del contenido en vivo, lo cual permite tener una mayor cercanía con los usuarios. Asimismo, se da la interacción real creando espacios de aprendizaje.

5. Tendencia #5— El formato vídeo cada vez más habitual: al igual que los enlaces en vivo, el contenido a través de videos genera impacto en la confianza hacia la organización. Pero no se trata de publicar por publicar, sino mantener la creatividad y autenticidad, y a su vez ser transparente en tus posteos. Lo que recomienda la autora es grabar formatos cortos de 30 segundos o un minuto para conectar de una manera más rápida con los usuarios.

6. Tendencia #6— Cuidado de las relaciones personales y uso inteligente de la tecnología: se recomienda a las organizaciones hacer uso responsable e inteligente de esta red social, manteniendo el lado humano y el sentido de cercanía con sus usuarios.

7. Tendencia #7— Nuevo marketplace para profesionales autónomos: a través de esta herramienta de LinkedIn se busca facilitar el trabajo de los reclutadores a la hora de buscar nuevos talentos debido a que se podrá visualizar los proyectos trabajados por los distintos profesionales.

Es así que a través de estas tendencias podremos contar con nuevas estrategias para poder fidelizar a nuestro cliente interno y externo.

No olvidemos que fidelizar a los colaboradores de la organización ayuda a reducir el índice de rotación, así como también mejora la retención y atracción del nuevo talento humano. Los colaboradores son parte importante de la organización, ya que son ellos quienes representan a la empresa tanto dentro como fuera, por ello es importante la fidelización de ellos dentro de la organización.

Según un estudio realizado por Forbes en el 2018 el contenido difundido por una organización tiene el 50% de alcance cuando este es compartido por los colaboradores de la misma en sus redes sociales personales, en comparación del alcance al que llega por el contenido difundido a través de sus redes sociales oficiales, considerando así que cada colaborador podría generar su propia red de conexión con otros contactos, es por ello que la fidelización de los colaboradores de la organización es importante pues esta contribuye a la imagen organizacional a través de redes sociales.

2.2.4. Hipótesis:

Al ser una investigación descriptiva el presente estudio no contó con una hipótesis.

2.2.5. Variables: Operacionalización de variables (Anexo D)

III. METODOLOGÍA EMPLEADA

3.1. Tipo y nivel de la investigación:

3.1.1. Tipo

La Investigación fue de tipo descriptiva porque se aplica una ficha de cotejo para el análisis de las publicaciones en la red social LinkedIn de cinco organizaciones exitosas en el Perú 2022 que nos sirvió para sistematizar y dar respuesta al problema planteado.

3.1.2 Nivel

El estudio también presentó un nivel descriptivo, ya que el objetivo general fue determinar las estrategias de comunicación que usan en la red social LinkedIn las organizaciones exitosas del Perú para la retención y atracción de talento humano

3.2. Población y muestra de estudio:

3.2.1. Población:

Estuvo constituida por todas las publicaciones realizadas por las empresas exitosas pertenecientes al ranking del Great Place to Work 2022 en sus diferentes categorías, desde aquellas que hayan sido conformadas por más de 1000 colaboradores a las que tienen entre 250 a 1000 colaboradores y las que cuentan con hasta 250 colaboradores, haciendo un total de 55 empresas ubicadas en el Ranking de Great Place to Work 2022.

3.2.2. Muestra:

El muestreo para esta investigación fue cualitativo y por conveniencia, por lo que se seleccionó 5 empresas premiadas y reconocidas en el ranking 2022 del Great Place to Work Perú, eligiendo así a las siguientes organizaciones que han usado de la red social LinkedIn: Interbank, Hipermercados Tottus, Farmacias Peruanas, Real Plaza y Compartamos Financiera. Esta muestra se escogió utilizando los siguientes criterios de selección:

- Empresas que hayan sido premiadas por Great Place to Work Perú 2022.
- Empresas que han usado la red social LinkedIn, y a su vez hayan realizado contenido continuo.

En la recolección de datos se tomó cuenta los siguientes criterios de selección al momento de evaluar el contenido de las cinco organizaciones seleccionadas:

- Contenido propio generado y publicado por la misma organización, no contenido de reposteo.
- Contenido publicado en el primer semestre del año 2022: entre enero y junio.

Para la aplicación del segundo instrumento guía de entrevista, se tomaron en cuenta, los siguientes criterios:

- Experiencia laboral en el área de Comunicación o Recursos Humanos
- Expertos que hagan uso de la red social de LinkedIn de manera personal o profesional, de preferencia cuentas premium.

3.2. Diseño de Contrastación:

En este estudio se aplicó el diseño descriptivo de un solo grupo, se observó las acciones de comunicación que se usan en la red social LinkedIn

Esquema:

M -> O

M= Muestra de publicaciones

O= Estrategias de comunicación y sus características de las publicaciones de las empresas exitosas del Perú en LinkedIn

3.3. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos:

Se empleó el análisis de publicaciones de los contenidos que realizaron las empresas dentro de la red social LinkedIn.

A) Técnicas:

Se realizó primero una ficha de cotejo que brindó resultados cuantitativos sobre el tipo de estrategia, formato de contenido, objetivo de la publicación, intención del mensaje para y luego se aplicó una entrevista para validar de manera cualitativa a través de la opinión de expertos los resultados obtenidos en la ficha de cotejo.

- 1. Entrevista:** se desarrolló entrevistas a 3 encargados de comunicación que hayan usado la red social LinkedIn para el proceso de atracción y retención del talento humano. Este método de investigación permitió identificar ventajas y desventajas del uso de esta red social corporativa.
- 2. Análisis:** se visualizó las acciones que realizaron las empresas en la red social LinkedIn.

B) Instrumentos de Recolección de datos:

- 1. Guía de entrevista:** se elaboró una guía de temas sobre el uso de redes sociales en el proceso de atracción y retención del talento humano.
- 2. Ficha de registro de información:** se usó matrices de contenido para la observación de las acciones de las empresas en sus perfiles de LinkedIn

3.4. Procesamiento y análisis de datos

Con los datos obtenidos y registrados en la lista de cotejo se construyó una base de datos en el programa Microsoft Excel para el procesamiento de acuerdo con los objetivos propuestos.

Los resultados han sido presentados en tablas simples y de doble entrada con cifras absolutas y porcentuales.

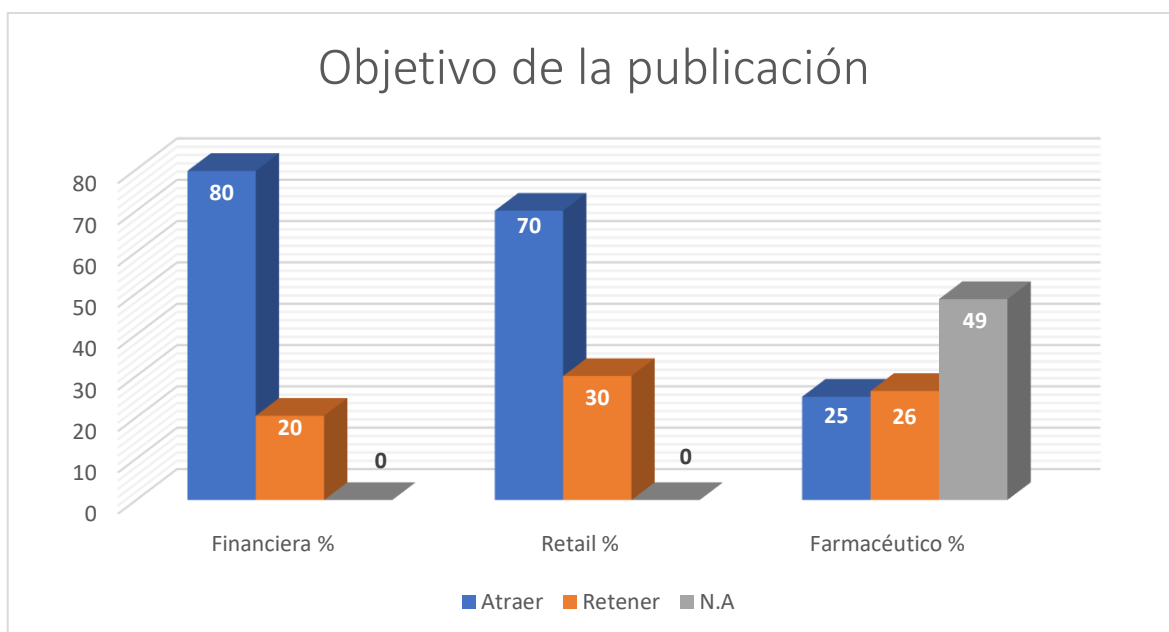
IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de datos

En el análisis de los resultados se utilizó estadística descriptiva tal como tablas, gráficos, cálculo de frecuencias y porcentajes. Los datos fueron procesados utilizando el programa estadístico Excel 2016, para la presentación de resultados se consideró conveniente realizar el análisis según rubros de las organizaciones exitosas del Perú que hacen uso de LinkedIn los cuales se presentan a continuación:

Figura 1

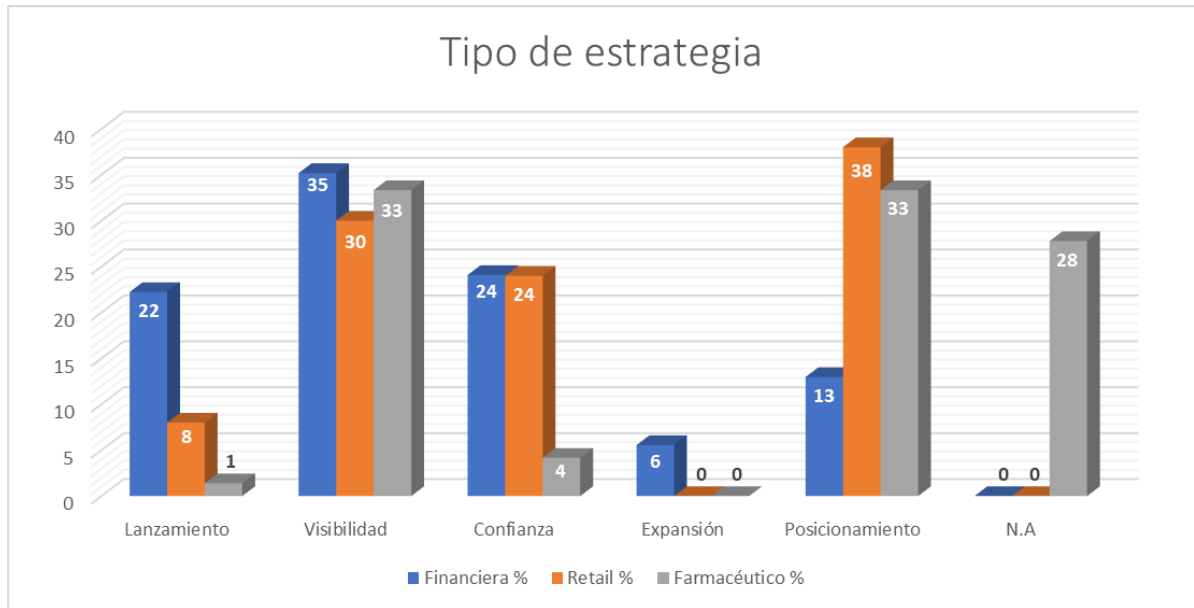
Objetivo de la publicación



Nota. Publicaciones de las organizaciones exitosas 2022 en LinkedIn durante el periodo de enero a junio del 2022 según objetivo de la publicación.

Figura 2

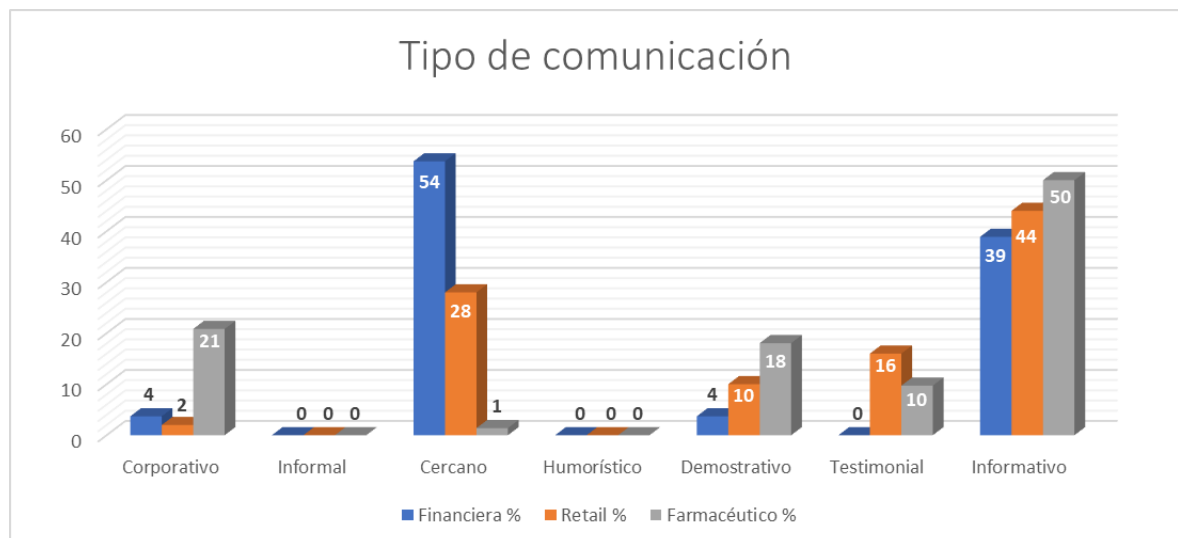
Tipo de estrategia



Nota. Publicaciones de las organizaciones exitosas 2022 en LinkedIn durante el periodo de enero a junio del 2022 según objetivo de la publicación.

Figura 3

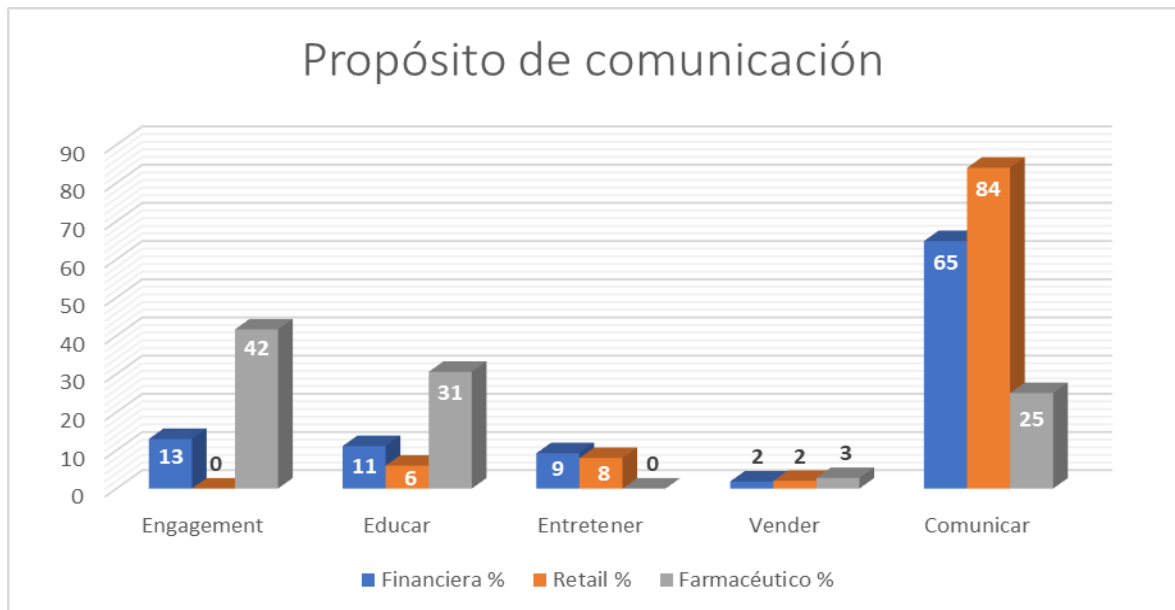
Tipo de comunicación



Nota. Publicaciones de las organizaciones exitosas 2022 en LinkedIn durante el periodo de enero a junio del 2022 según objetivo de la publicación.

Figura 4

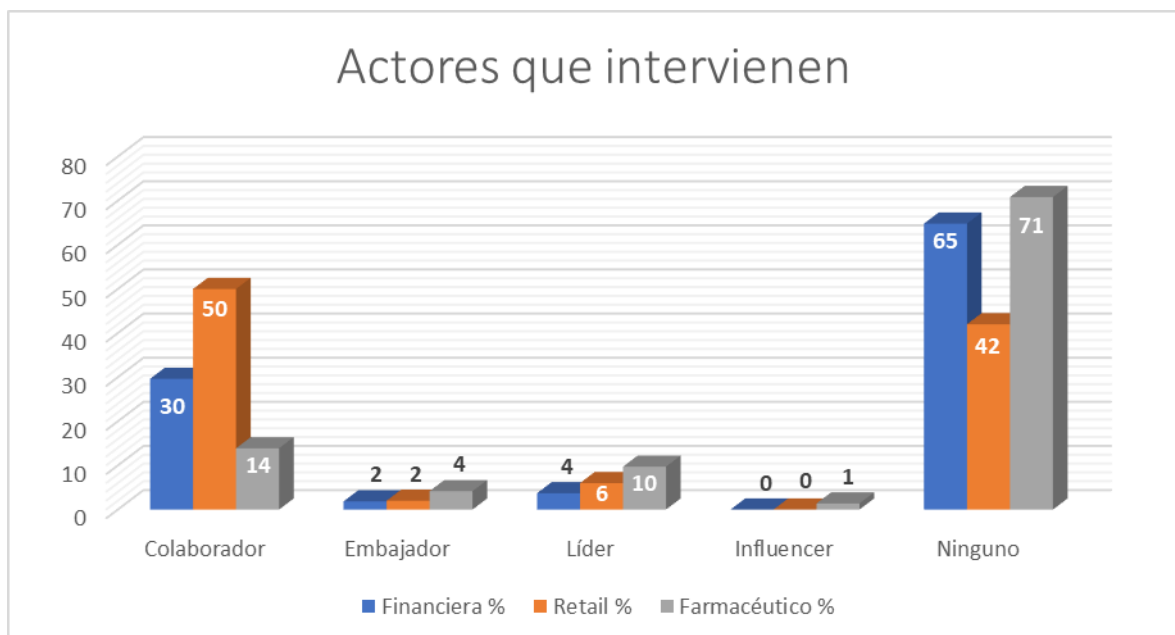
Propósito de comunicación



Nota. Publicaciones de las organizaciones exitosas 2022 en LinkedIn durante el periodo de enero a junio del 2022 según objetivo de la publicación.

Figura 5

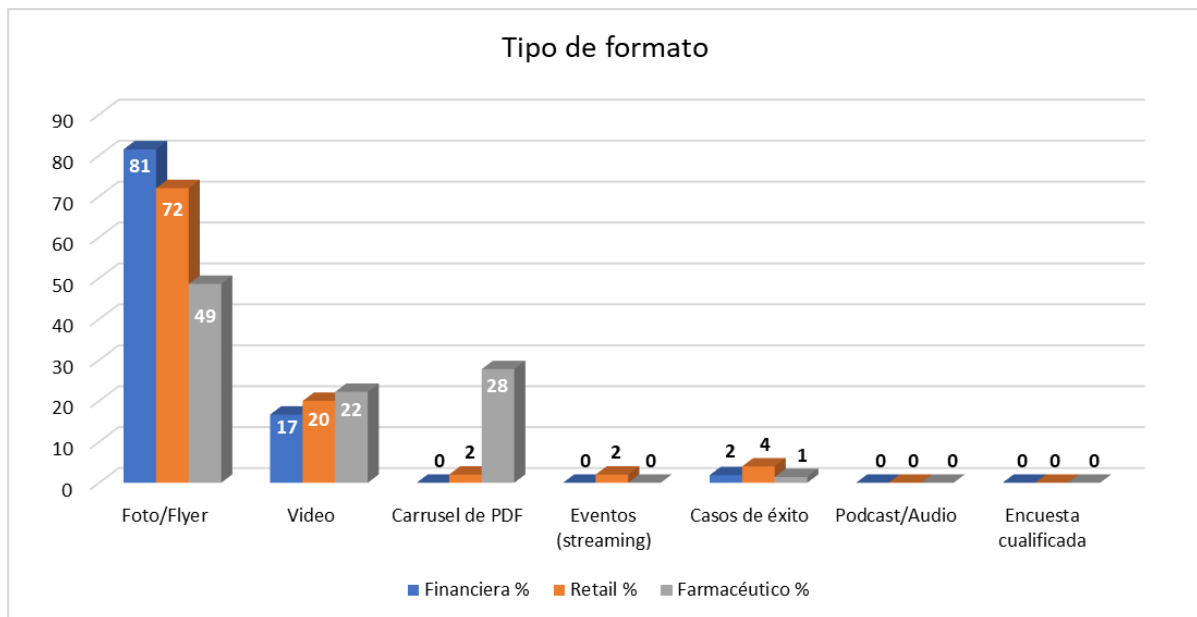
Actores que intervienen



Nota. Publicaciones de las organizaciones exitosas 2022 en LinkedIn durante el periodo de enero a junio del 2022 según objetivo de la publicación.

Figura 6

Tipo de formato



Nota. Publicaciones de las organizaciones exitosas 2022 en LinkedIn durante el periodo de enero a junio del 2022 según objetivo de la publicación.

V. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

El presente trabajo pretende determinar las estrategias de comunicación que vienen empleando en la red social LinkedIn las organizaciones exitosas del Perú con el fin de atraer y retener talento humano, 2022 tomando en cuenta el objetivo de la publicación, tipo de estrategia, tipo de comunicación, propósito de comunicación, actores que intervienen y el formato de publicación.

En el primer objetivo: analizar las estrategias de comunicación por su tipo, recursos, táctica, personalidad de marca y actores que intervienen; tenemos que, según Ríos (2020) las estrategias de comunicación se diseñan para dar respuestas a las necesidades de comunicación posicionamiento, imagen, interacción, participación ciudadana y entre otras, que se presentan en un entorno determinado. En el análisis de los resultados se evidenció la necesidad de posicionamiento y visibilidad fueron de mayor grado de importancia en el rubro retail con un 38% posicionamiento y 30% visibilidad, para luego continuar con un menor grado de 24% en confianza y lanzamiento un 8%. En el rubro farmacéutico, un 33% en posicionamiento y visibilidad, 4% de confianza y 1% por lanzamiento. Resulta interesante en este rubro el 28% de sus publicaciones no hicieron uso de estrategias de comunicación. En tanto, en el rubro financiero se evidencio con grado de mayor importancia a la confianza con 24% y visibilidad con un 35%, lanzamiento en 22%, 13% en posicionamiento y expansión 6%.

Es importante resaltar que a raíz de la pandemia Covid 19 la red social LinkedIn empieza a tomar mayor importancia en las organizaciones no solo para atraer colaboradores, si no también retenerlos; es así que LinkedIn como red social brinda estrategias de comunicación según tipo de formato y actores que intervienen. Donde se evidencia que se brinda un mayor porcentaje de importancia el formato de foto con un 81% en el rubro financiero, 72% en retail y 49% en el rubro farmacéutico, seguido por video con 17% en financiero, 20% en retail y 22% en farmacéutico, casos de éxito con un porcentaje menor al 5% del total y como final se tiene un 2% eventos (streaming) en el rubro de retail; Sin embargo, se resalta en el farmacéutico el uso de carrusel en PDF con el 28%, este formato es el tipo de contenido que genera mayor interacción de los usuarios ya que este brinda al usuario la oportunidad de educarse,

informarse acerca y/o sobre las organizaciones logrando una mayor atracción. Según el entrevistado número 001 el uso del formato carrusel PDF genera mayor impacto y atracción en los usuarios; mientras el experto 002, sostiene que el uso de formato streaming es de mayor importancia ya que este permite la interacción del usuario con la organización en vivo con sus líderes y embajadores de marca logrando así una mayor confianza con su público objetivo para atraer talento humano.

De acuerdo a los actores, en el rubro financiero se tiene un 30% con colaboradores, seguido de líderes con un 4% y embajadores con un 2%; en retail se tiene un 50% con colaboradores, 6% con líderes y embajadores un 2%; sin embargo el rubro farmacéutico tiene un 14% con colaboradores, seguido de un 10% de líderes y 4% de embajadores. Se puede destacar que el uso de imágenes animadas en las publicaciones de las organizaciones es considerable ya que tenemos un 65%, 42% y 71% respectivamente.

Los expertos 001, 002 y 003 coinciden en que la participación de actores, embajadores y líderes en publicaciones de las organizaciones les brinda a estas un mayor peso, credibilidad, confianza y genera atracción para sus usuarios señalando que lo esencial es marcar una pauta al líder para que este no salga de los objetivos que la organización tiene. Así mismo el experto 003 resalta que el reconocimiento y presentación de los colaboradores dentro de las organizaciones genera una mayor interacción por parte de usuarios para atraer y retener talento humano.

En el segundo objetivo: caracterizar el mensaje que utilizan las organizaciones como estrategias de comunicación según el tema, la intención, el tono e impacto a través de la red social LinkedIn y retención de talento humano, evidenciamos que en el rubro financiero predomina la intención de comunicar con 65%, seguido de generar engagement con un 13%, un 11% en educar, un 9% en entretener y un 1% en vender. Para el rubro retail tenemos un 84% con intención de comunicar, 8% entretener, 6% en educar y un 2% en vender; mientras en farmacéutico tenemos un 42% en engagement, un 31% con intención de educar, 25% comunicar y un 3% en vender. Estos datos demuestran que las organizaciones hoy en día buscan con mayor interés comunicar al nuevo talento humano acerca de sus acciones, eventos, proyectos, ambiente laboral y trabajo con sus colaboradores para atraerlos y retenerlos.

Finalmente, nuestro último objetivo: identificar las tendencias que usan las organizaciones a través de la red social LinkedIn para la atracción y retención de talento humano. Mompert, G. (2021) describe 7 tendencias para el presente año en el social selling de LinkedIn como: el propósito y valores para un social selling, presencia pública de los directivos como embajadores de marca, refuerzo de branding por contenidos, crecimiento de las emisiones en vivo en LinkedIn, el formato de video cada vez más habitual, el cuidado de las relaciones personales y uso inteligente de la tecnología, y un nuevo Marketplace para profesionales autónomos. Los rubros financiero y retail tienen mayor peso el formato de foto en sus publicaciones con un 81% y 72% respectivamente; a su vez el rubro farmacéutico un 49%.

El rubro farmacéutico le brinda un nivel de importancia mayor al uso de formato carrusel PDF con un 29% y retail cuenta con eventos (streaming) con un 2%. Al respecto, los expertos 001 y 002 señalan que el uso de carrusel PDF y eventos (streaming) genera en el usuario mayor nivel de confianza para atraer y retener talento humano. Otra de las tendencias identificadas en el análisis es la participación de directivos, de quienes se afirma que en las organizaciones estudiadas predomina la participación de sus colaboradores en sus publicaciones, seguida de la participación de sus líderes y embajadores de marca.

CONCLUSIONES:

Después de analizar las estrategias de comunicación que emplean en la red social LinkedIn las organizaciones exitosas del Perú con el fin de atraer y retener talento humano durante el periodo de enero a junio del año 2022 se concluye lo siguiente:

1. Las organizaciones brindan un grado mayor de importancia a las estrategias de comunicación de posicionamiento, visibilidad y confianza en sus publicaciones realizadas en la red social LinkedIn, mientras en la presentación de sus colaboradores utilizan con mayor frecuencia el formato de foto para atraer y retener talento humano.
2. La caracterización del mensaje con mayor impacto que emplean las organizaciones son de propósito comunicacional en los rubros financiero y retail; sin embargo, en el farmacéutico cobra mayor importancia el propósito de educar a sus usuarios.
3. Las organizaciones más exitosas del Perú están implementado el uso de carruseles en PDF y eventos (streaming) en la red social LinkedIn en una proporción menor en comparación al uso de fotos/flyers y videos; de la misma manera, buscan atraer y retener talento humano usando contenido de tipo comunicacional y educativo con la participación de líderes y embajadores de marca para lograr una mayor interacción y generar confianza entre los usuarios.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a futuros tesisistas e investigadores, el hacer uso de la ficha de registro de información (elaboración propia), para el análisis de contenidos dentro de las distintas redes sociales. Esta herramienta también sirve como base práctica para los docentes universitarios con el fin de aplicar en el ámbito profesional de un comunicador.
- Se recomienda a los futuros investigadores tomar en cuenta los datos obtenidos en este estudio, con el fin de profundizar y abordar nuevas investigaciones en base a los resultados. Como por ejemplo: la presencia de líderes en la gestión del uso de LinkedIn (estrategias de comunicación) para atraer y retener el talento humano.
- Se recomienda a profesionales del área de comunicación, el fomentar la educación del buen uso de la red social LinkedIn, difundiendo las estrategias de comunicación que nos permiten generar una mejor conexión con cada tipo de público objetivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Berenguer, J. A. (2019). *Redes sociales y marketing 2.0. COMM092PO. Málaga, España, IC Editorial.* Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/ipae/124249?page=135>.
- Beveridge, C. (2022). 150 estadísticas de redes sociales relevantes para tu negocio en el 2022. Hootsuite. https://blog.hootsuite.com/es/125-estadisticas-de-redes-sociales/#Estadisticas_generales_de_las_redes_sociales
- Beveridge, C. y Newberry, C. (2022). 37 estadísticas de LinkedIn que debes saber en 2022. Hootsuite. <https://blog.hootsuite.com/linkedin-statistics-business/>
- Borrero, R.(2019). Proceso de Gestión de Talento Humano. Revista arbitrada interdisciplinaria Koinonía. Volumen IV. <https://www.redalyc.org/journal/5768/576869546016/576869546016.pdf>
- Brada, A. (2018). Redes sociales para la comunicación interna. El Peruano. www.elperuano.pe/noticia-redes-sociales-para-comunicacion-interna-63989.aspx
- Calderón, G. (2004). Lo estratégico y lo humano en la dirección de las personas. Pensamiento & Gestión, 16(58-176). <https://www.redalyc.org/pdf/646/64601608.pdf>
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión de Talento Humano*,(3º ed.) México: McGraw-Hill Interamericana.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano, El nuevo papel de los recursos humanos.*
- Cruz, E., García, P., Gatica, M., Hernández, R., Luis, K., Macías, D., Ramos, V. y Vargas, R. (2016). Procesos de reclutamiento y las redes sociales. Revista

Iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo. 2(12).
<https://www.redalyc.org/pdf/4981/498153966004.pdf>

Gómez, A., Ramos, E. y Reyes, M. (2021). Desafíos de la gestión del talento humano en tiempos de pandemia COVID 19. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(6), 232-236. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v13n6/2218-3620-rus-13-06-232.pdf>

Gonzalo, M.(2021, marzo 17).La pandemia que nos volcó a las redes. *Newtral*.
<https://www.newtral.es/pandemia-redes-sociales-digitalizacion-covid-19/20210317/>

Guittin, I. (2017). Adapta tu comunicación a las redes sociales las claves para convertirse en un community manager.
<https://books.google.com.pe/books?id=k948DwAAQBAJ&pg=PT3&dq=Adapta+tu+comunicaci%C3%B3n+a+las+redes+sociales+las+claves+para+convertirse+en+un+community+manager&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj21oX3jdD7AhWvkZUCHYGFDIgQ6AF6BAgJEAI#v=onepage&q=Adapta%20tu%20comunicaci%C3%B3n%20a%20las%20redes%20sociales%20las%20claves%20para%20convertirse%20en%20un%20community%20manager&f=false>

Guzmán, H. y Preciado, Á. (2012). Gestión de la comunicación estratégica en los sectores empresarial, de desarrollo y público. Estudio comparativo. *Palabra Clave*, 15. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64923563007>

Crespo, I., Nicolini, C. y Parodi, J. (2015). La comunicación interna en la Administración Pública española. Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública.

Iglesias, C. y Sánchez, L. (2022). Las TIC en los procesos de reclutamiento y selección de talento humano: un estudio sobre su impacto, avances y perspectivas [Tesis de Grado, CESA de Bogotá]. Archivo digital.
https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/4505/ADM_1234091771_2022_1.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Kerpen, D. Me gusta: redes sociales, cómo encantar a tus clientes y crear una marca atractiva para las redes sociales. (3a. ed.). ed. México, D.F: McGraw-Hill España, 2020. 321 p. Disponible en: <https://elibro.net/es/ereader/ipae/189589?page=12>. Consultado en: 18 Sep 2022

Ladino, P. (2017). Comunicación organizacional. Fundación Universitaria del Área Andina. <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/1211>

Lake, C. & Lake, C. (2019, 20 junio). Introducing The Periodic Table of Content Marketing. Econsultancy. Recuperado 13 de octubre de 2022, de <https://econsultancy.com/introducing-the-periodic-table-of-content-marketing/>

Madero, S. (2009). Factores de atracción y retención del mercado laboral, para empleados potenciales. Economía, Gestión y Desarrollo. 7: 131-147.

Martinez, C. (2020). *La marca personal digital de los usuarios de la plataforma LinkedIn y su influencia en la percepción de empleabilidad de los reclutadores de Trujillo*. (Tesis de Pregrado en Ciencias de la Comunicación). Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo. Recuperado de: https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/6366/3/REP_COM_MARTINEZ.CLAUDIA_MARCA.PERSONAL.DIGITAL.USUARIOS.PLATAFORMA.LINKEDLN.INFLUENCIA.PERCEPCION.EMPLEABILIDAD.RECLUTADORES.pdf

Martínez, M. (2020). Importancia del talento humano y herramientas tecnológicas en el desarrollo organizacional, para la mejora de productividad laboral. 117 - 126. <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-ImportanciaDelTalentoHumanoYHerramientasTecnologic-7894530.pdf>

Monedero, P. (2020). Reclutamiento y selección a través de redes sociales: especial atención a LinkedIn [Tesis de Grado, Universidad de Valladolid].

Archivo digital. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/47204/TFG-L2859.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Montes, G. (2020). Employer branding digital y la atracción y retención de talento. Especial referencia al Plan de Igualdad. Revista Internacional y Comparada de RELACIONES LABORALES Y DERECHO DEL EMPLEO, (8).222 - 244. https://ejcls.adapt.it/index.php/rlde_adapt/article/view/920

Mompart, G. (2021). LinkedIn 2022. Tendencias en Social Selling. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/linkedin-2022-tendencias-gemma-mompart-/?originalSubdomain=es>

Montoya, M. (2018). Comunicación organizacional: revisión de su concepto y prácticas de algunos autores mexicanos. Razón y Palabra, 1 Enero - Marzo. <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1134/pdf>

Newberry, C. (2022). Strategy 37 LinkedIn Statistics You Need To Know In 2022. Hootsuite. <https://blog.hootsuite.com/linkedin-statistics-business/>

Perez, S. Impacto de las redes sociales en el proceso de atracción del talento. [Tesis de maestría, Madrid]. Comillas ICADE. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/68105/TFM001713.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pareja, B. (2021). *Plan de comunicación externa para atraer talento millennial a la cadena cineplanet en el contexto COVID-19*. Recuperado de https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/14756/Pareja_Plan-Comunicacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Prieto, P. (2013). Gestión de talento humano como estrategia para retención del personal. [Tesis de Grado, Universidad de Medellín]. Archivo digital. <https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/160/Gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano%20como%20estrategia%20para%20retenci%C3%B3n%20del%20personal.pdf>

- Martínez, A. y Mateus, M. (2020). Importancia del talento humano y herramientas tecnológicas en el desarrollo organizacional, para la mejora de la productividad laboral. *Revista Ingeniería, Matemáticas y Ciencias de la Información*, 7(117-126).
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7894530>
- Ramos, W., Paredes, M., Teran, P. & Lema, L. (2017). *Comunicación organizacional (1ª ed.)*. Guayaquil-Ecuador. Ediciones Grupo Compás.
- Redacción APD (2022). Retención del talento en las empresas, el gran reto. APD.
<https://www.apd.es/retencion-talento-empresas/>
- Redacción EC, (2021, octubre 11). El 35% de empleadores peruanos tiene dificultades para encontrar talento calificado, según Manpower. *El Comercio*.
<https://elcomercio.pe/economia/el-35-de-empleadores-peruanos-tiene-dificultades-para-encontrar-talento-calificado-segun-manpower-nndc-noticia/>
- Repositorio UPAO (2022). *Repositorio de Tesis*. <https://repositorio.upao.edu.pe/>
- Reyes, M., Gómez, A., Ramos, E. (2021). *Desafíos de la gestión del talento humano en tiempos de pandemia COVID 19*. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(6), 232-236. Recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v13n6/2218-3620-rus-13-06-232.pdf>
- Ríos, E., Páez, H. y Barbos, J. (2020). *Estrategias de Comunicación: Diseño, ejecución y seguimiento*. (1ª ed.). Colombia. REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía. <https://redipe.org/editorial/estrategias-de-comunicacion-diseno-ejecucion-y-seguimiento/#libro>
- Rodríguez, A. & Pérez, A. (01 de Julio de 2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento*.
doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>

Salustiano, P. (2022). Impacto de las redes sociales en el proceso de atracción de talento [Tesis de maestría, Comilla ICADE de Madrid]. Archivo digital. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/68105/TFM001713.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Santander Universidades (2021, 29 de septiembre). 10 pasos para crear estrategias de comunicación efectivas.

Tenorio, J. (2019). *Estrategias de atracción y retención del talento humano en las cajas municipales de Chachapoyas - 2019*. (Tesis de Maestría en Ciencias Económicas). Universidad Nacional de Trujillo, Perú. Recuperado de: <https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/18324/Tenorio%20Villavicencio%2c%20Judith.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

UPAO (2022). Universidad Privada Antenor Orrego. <https://upao.edu.pe/>

Valades, B. (2022). *Diferencia entre influencer y embajador de marca*. Recuperado de: <https://www.blucactus.com.mx/diferencia-entre-influencer-y-embajador-de-marca/>








Vergara, L. (2014). *Comunicación Interna 2.0: El Arte de Dialogar On-Line*. DIRCOM

WeAreContent (2021, 10 de junio). Tono de comunicación: qué es, para qué sirve y cómo construirlo. <https://www.wearecontent.com/blog-comunidad/educacion-para-freelancers/tono-de-comunicacion>

Zamarreño, G. (2020). *Fundamentos de comunicación y publicidad*. Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=2Cn-DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=Definici%C3%B3n+comunicaci%C3%B3n&ots=r0CnMuubZh&sig=wKGPmRLaNKM5OwXId_vwk1fMRAk#v=onepage&q=Definici%C3%B3n%20comunicaci%C3%B3n&f=false

ANEXOS

Anexo A. Instrumento de recolección de datos

Datos generales de la Empresa:											
Link de perfil de LinkedIn											
Nº de seguidores LinkedIn											
Nº de publicaciones realizadas en el 2022 (enero - septiembre)											
Tamaño de la empresa (Nº de empleados)											
Sector de la empresa											
Personalidad de la marca:	Gobernante		Inocente		Explorador		Mago		Amante		Hombre Común
	Creador		Sabio		Rebelde		Héroe		Bufón		Cuidador
Guía de Observación:											
NºPost		Fecha aprox. De posteo		Link:							
Objetivo de la publicación		Atraer talento humano			Retener Talento Humano				N.A		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento		Print de publicación:				
	E. Visibilidad		E. Expansión								
Alcance				Formato							
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido					
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X					
 Recomendar		Nº comentario	2	Nº compartido	1	Foto					
 Celebrar		Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video					
 apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF					
 Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)					
 Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito					
 Interesar						Podcast/ audio					
 Dar curiosidad						Encuesta cualificada					
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo				
	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno				
Actores que intervienen											
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender		Comunicar		

1. Guía de Preguntas:

Datos Generales de Experto

Nombres Completos: _____

Empresa: _____

Puesto: _____

Tiempo en la Organización: _____

Objetivo 1: Analizar los elementos de las estrategias según: tipo de estrategia, táctica, recursos, mensaje (tema, intención, atributos de la marca), enfoque, actores e impacto (comentarios)

1. ¿Cuál es el contenido que tiene mayor alcance por parte de sus seguidores? (según su forma, actores que intervienen)
2. ¿Qué recurso que brinda LinkedIn usa más para su perfil?
3. ¿Cuál es la intervención de los líderes de la organización en el perfil de LinkedIn? ¿Se les brinda pautas o recomendaciones para el buen manejo de esta red social? ¿O es algo a lo cual no le dan seguimiento?

Objetivo 2: Identificar las tendencias que usan las organizaciones a través de la red social LinkedIn para la atracción y retención de talento humano

1. ¿Qué estrategias de comunicación usan en LinkedIn para generar la fidelización de tu marca?
2. ¿Tienen establecido días u horas para realizar alguna publicación dentro de LinkedIn?
3. ¿Qué tendencias usan dentro de la red social LinkedIn para atracción de talento humano?
4. ¿Qué tendencias usan dentro de la red social LinkedIn para retención de talento humano?
5. ¿Bajo qué estrategias la organización comparte sus atributos/valores para ser más atractiva frente al talento humano?
6. ¿Qué tipo de contenido publican para el reconocimiento de colaboradores?
7. ¿Se establece un plan de contenido exclusivamente para el manejo de publicaciones en LinkedIn?
8. En general, ¿qué recomendaciones no brindaría para tomar en cuenta para el buen manejo de LinkedIn a nivel organizacional?

Anexo B. Validación de Instrumentos



FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO


INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la calificación correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada ítem, considerando en los criterios de evaluación la escala del 1 al 4.

ÍTEM		COHE- RENCIA	CLARI- DAD	RELE- VANCIA	OBSERVACIONES
DIMENSIÓN 1: Elementos de la estrategia					
1	Popularidad: Número de seguidores	4	4	4	
2	N° de publicaciones realizadas en 2022	4	4	4	
3	¿Qué actores intervienen en los contenidos publicados? (colaboradores, embajador de marca, Líderes, Influencer, NA)	4	4	4	
4	N° de reacciones (según expresiones de LinkedIn)	4	4	4	
5	Tipo de contenido publicado: Foto/Video/ Carrusel PDF/Eventos/Casos de Éxito/ Podcast/audio/Encuesta Cualificada	4	4	4	
6	¿Cuál es el propósito que tiene el post emitido?	4	4	4	
ÍTEM		COHE- RENCIA	CLARI- DAD	RELE- VANCIA	OBSERVACIONES
DIMENSIÓN 2: Características del mensaje					
7	¿Cuál es la intención de la publicación? (atraer/retener talento humano)	4	3	4	Comprendo las diferentes intenciones de cuestiones 6 y 7, pero parecen un poco repetitivos.
8	N° de comentarios recibidos en el post	4	4	4	
9	Nivel de comentario (Positivo, Negativo, Neutral)	4	3	4	¿Nivel o tipo de comentario?
10	N° de veces que se compartió el post	4	4	4	
11	Nivel del mensaje compartido (Positivo, Negativo, Neutral)	4	3	4	¿Eso refiere a mensajes directos, es decir a diferencia de comentarios dentro del post?
12	¿Qué tono de comunicación emplean en el post emitido?	4	4	4	
ÍTEM		COHE- RENCIA	CLARI- DAD	RELE- VANCIA	OBSERVACIONES
DIMENSIÓN 2: Las tendencias en LinkedIn					
13	¿Cuál es la táctica que mayormente emplean las organizaciones en sus perfiles de LinkedIn?	4	4	4	
14	¿Cuál es el tipo de estrategia que predomina en los perfiles de LinkedIn?	4	4	4	
15	¿Cuál es el contenido que tiene mayor alcance por parte de sus seguidores?	4	4	4	
16	Promedio de publicaciones en LinkedIn (a la semana)	4	4	4	

17	¿Qué tendencias usan dentro de la red social LinkedIn para atracción de talento humano?	4	4	4	
18	¿Qué tendencias usan dentro de la red social LinkedIn para retención de talento humano?	4	4	4	
19	¿Qué personalidad demuestra la marca en sus perfiles de LinkedIn?	4	4	4	
TOTAL		76	73	76	

Evaluado por:

Nombre de juez experto:	Jossif Ezekilov
Profesión	Experto en género y masculinidades
Grado académico	Maestría de Artes; Desarrollo Internacional
Institución donde labora	Consultor independiente
Cargo	Consultor independiente
Fecha de validación	07.11.2022
Firma	



UPAO

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTEÑOR ORREGO
 FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 PROGRAMA APOYO AL DESARROLLO DE LA TESIS (PADT)

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la calificación correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada ítem, considerando en los criterios de evaluación la escala del 1 al 4.

ÍTEM	COHE- RENCIA	CLARI- DAD	RELE- VANCIA	OBSERVACIONES	
DIMENSIÓN 1: Elementos de la estrategia					
1	Popularidad: Número de seguidores	4	4	4	
2	N° de publicaciones realizadas en 2022	4	4	4	
3	¿Qué actores intervienen en los contenidos publicados? (colaboradores, embajador de marca, Líderes, Influencer, NA)	4	4	4	
4	N° de reacciones (según expresiones de LinkedIn)	4	4	4	
5	Tipo de contenido publicado: Foto/Video/ Carrusel PDF/Eventos/Casos de Éxito/ Podcast/audio/Encuesta Cualificada	4	4	4	
6	¿Cuál es el propósito que tiene el post emitido?	4	4	4	
ÍTEM	COHE- RENCIA	CLARI- DAD	RELE- VANCIA	OBSERVACIONES	
DIMENSIÓN 2: Características del mensaje					
7	¿Cuál es la intención de la publicación? (atraer/retener talento humano)	4	4	4	
8	N° de comentarios recibidos en el post	4	4	4	
9	Nivel de comentario (Positivo, Negativo, Neutral)	4	4	4	
10	N° de veces que se compartió el post	4	4	4	
11	Nivel del mensaje compartido (Positivo, Negativo, Neutral)	4	4	4	
12	¿Qué tono de comunicación emplean en el post emitido?	4	3	4	Tienen colocar las respuestas, para saber cuales son las opciones o ¿cómo analizaran esto?
ÍTEM	COHE- RENCIA	CLARI- DAD	RELE- VANCIA	OBSERVACIONES	
DIMENSIÓN 2: Las tendencias en LinkedIn					
13	¿Cuál es la táctica que mayormente emplean las organizaciones en sus perfiles de LinkedIn?	4	4	4	
14	¿Cuál es el tipo de estrategia que predomina en los perfiles de LinkedIn?	4	4	4	
15	¿Cuál es el contenido que tiene mayor alcance por parte de sus seguidores?	4	4	4	
16	Promedio de publicaciones en LinkedIn (a la semana)	4	4	4	
17	¿Qué tendencias usan dentro de la red social LinkedIn para atracción de talento humano?	4	4	4	
18	¿Qué tendencias usan dentro de la red social LinkedIn para retención de talento humano?	4	4	4	
19	¿Qué personalidad demuestra la marca en sus perfiles de LinkedIn?	4	4	4	
TOTAL					

Evaluado por:

Nombre de juez experto:	ETHEL MIRELLA CHUNGA RODRIGUEZ
Profesión	CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Grado académico	MG. DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING
Institución donde labora	FLEMING COLLEGE
Cargo	ANALISTA DE MARKETING
Fecha de validación	11/11/22
Firma	



FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la calificación correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada ítem, considerando en los criterios de evaluación la escala del 1 al 4.

ÍTEM		COHE- RENCIA	CLARI- DAD	RELE- VANCIA	OBSERVACIONES
DIMENSIÓN 1: Elementos de la estrategia					
1	Popularidad: Número de seguidores	4	4	4	Asumo que evalúa el impacto
2	Nº de publicaciones realizadas en 2022	3	3	3	¿Existe alguna métrica o estimación para establecer rangos como alternativas?
3	¿Qué actores intervienen en los contenidos publicados? (colaboradores, embajador de marca, Líderes, Influencer, NA)	3	3	3	En la descripción considerar roles de los actores
4	Nº de reacciones (según expresiones de LinkedIn)	3	3	3	¿Existe alguna métrica o estimación para establecer rangos como alternativas?
5	Tipo de contenido publicado: Foto/Video/ Carrusel PDF/Eventos/Casos de Éxito/ Podcast/audio/Encuesta Cualificada	4	4	4	
6	¿Cuál es el propósito que tiene el post emitido?	3	3	3	Cuál es la diferencia entre el 6 y 7. Revisar
ÍTEM		COHE- RENCIA	CLARI- DAD	RELE- VANCIA	OBSERVACIONES
DIMENSIÓN 2: Características del mensaje					
7	¿Cuál es la intención de la publicación? (atraer/retener talento humano)	3	3	3	Dejar otras posibilidades
8	Nº de comentarios recibidos en el post	3	3	3	¿Existe alguna métrica o estimación para establecer rangos como alternativas?
9	Nivel de comentario (Positivo, Negativo, Neutral)	3	3	3	Colocar tipo de comentario
10	Nº de veces que se compartió el post	3	3	3	
11	Nivel del mensaje compartido (Positivo, Negativo, Neutral)	4	4	4	Colocar tipo de mensaje
12	¿Qué tono de comunicación emplean en el post emitido?	4	4	4	
ÍTEM		COHE- RENCIA	CLARI- DAD	RELE- VANCIA	OBSERVACIONES
DIMENSIÓN 2: Las tendencias en LinkedIn					
13	¿Cuál es la táctica que mayormente emplean las organizaciones en sus perfiles de LinkedIn?	3	3	3	¿En el perfil o publicaciones? Considerar alternativas
14	¿Cuál es el tipo de estrategia que predomina en los perfiles de LinkedIn?	3	3	3	¿En el perfil o publicaciones? Considerar primero la estrategia y luego la táctica (cambiar el

					orden de la pregunta). Igualmente considerar tabla de alternativas
15	¿Cuál es el contenido que tiene mayor alcance por parte de sus seguidores?	2	2	2	Cuáles son las alternativas: hay alguna métrica o estimación
16	Promedio de publicaciones en LinkedIn (a la semana)	3	3	3	
17	¿Qué tendencias usan dentro de la red social LinkedIn para atracción de talento humano?	3	3	3	Cuál es el objetivo de mirar perfil y las publicaciones
18	¿Qué tendencias usan dentro de la red social LinkedIn para retención de talento humano?	3	3	3	
19	¿Qué personalidad demuestra la marca en sus perfiles de LinkedIn?	4	4	4	
TOTAL					

Evaluated por:

Nombre de juez/a experto/a:	Karla Celi Arévalo
Profesión	Comunicadora social
Grado académico	Doctora en Educación y Comunicación Social
Institución donde labora	Universidad Privada Antenor Orrego
Cargo	Docente universitaria
Fecha de validación	29.10.2022
Firma	

Anexo C. R.D. que aprueba el proyecto de investigación



FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN

Trujillo, octubre 20 de 2022

RESOLUCIÓN DE FACULTAD N° 0257-2022-FAC. CC. de la C.-UPAO

VISTO: el informe del jurado evaluador del Proyecto de Tesis, así como el expediente organizado por las bachilleres: ANTHOANÉ MARCELA LOPEZ FERNANDEZ y ESTEYSI MISSHEL ESPINOZA ZAGACETA, para obtener el Título Profesional de Licenciadas en Ciencias de la Comunicación, y;

CONSIDERANDO:

Que, las bachilleres: ANTHOANÉ MARCELA LOPEZ FERNANDEZ y ESTEYSI MISSHEL ESPINOZA ZAGACETA, presentaron el proyecto de tesis titulado: "ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN LINKEDIN DE LAS ORGANIZACIONES EXITOSAS DEL PERÚ PARA ATRAER Y RETENER TALENTO HUMANO, 2022", solicitando su inscripción.

Que, el referido Proyecto ha sido objeto de evaluación, la misma que forma parte del expediente.

Que, de la evaluación efectuada se desprende que el referido proyecto reúne las condiciones y características académicas de un proyecto de tesis de la especialidad.

Que, en concordancia con el Artículo 128° del Estatuto Institucional, adecuado a la Nueva Ley Universitaria 30220 y, habiendo cumplido con los procedimientos académicos y administrativos correspondientes, las autoras deben ser declaradas expeditas para la elaboración de la Tesis, de acuerdo con el Proyecto que amerita su inscripción.

Por las consideraciones expuestas y en uso de las atribuciones concedidas a este Decanato, con cargo a dar cuenta al Consejo de Facultad;

SE RESUELVE:

Primero: **DECLARAR** expeditas a las bachilleres: **ANTHOANÉ MARCELA LOPEZ FERNANDEZ y ESTEYSI MISSHEL ESPINOZA ZAGACETA**, para el desarrollo de la tesis titulada: "**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN LINKEDIN DE LAS ORGANIZACIONES EXITOSAS DEL PERÚ PARA ATRAER Y RETENER TALENTO HUMANO, 2022**".

Segundo: **AUTORIZAR** la inscripción del Proyecto en mención, en el Registro de Proyectos de Tesis de la Facultad con el **N° 031-2022**, quedando establecido que para su desarrollo disponen de un (01) año, siendo la fecha de vencimiento el **19 de octubre de 2023**.

Tercero: El Decanato de la Facultad de Ciencias de la Comunicación cuidará que el desarrollo del Proyecto de Tesis se realice de acuerdo con lo estipulado en el Reglamento de Grados y Títulos de nuestra Universidad.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.



Dr. Dante Giovanni Padilla Zúñiga
Dr. Dante Giovanni Padilla Zúñiga
Decano



Dra. Ana Cecilia Loo Jave
Dra. Ana Cecilia Loo Jave
Secretaria Académica

C.c. Dirección del Programa de Estudio, Coordinación PADT CCOM, asesor, interesadas, archivo.



Av. América Sur 3145 - Urb. Monserrate - Trujillo
Teléfono: [+51] (044) 604444 - anexo 2306
fac_comunicacion@upao.edu.pe
Trujillo - Perú

Anexo D. OVA

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	Instrumento
Estrategias de comunicación	Las estrategias de comunicación se diseñan y se desarrollan para dar respuestas a las necesidades de comunicacionales, posicionamiento, imagen, interacción, participación ciudadana, entre otras, que se presentan en un entorno determinado" (Ríos et al., 2020, pp. 20-21).	Elementos de la estrategia	Tipo de Estrategia	¿Cuál es el tipo de estrategia que predomina en los perfiles de LinkedIn?	Guía de Observación
				¿Qué tipo de estrategias de comunicación usan para sus contenidos en LinkedIn?	Entrevista a experto
			Formato	¿Cuál es el tipo de formato que mayormente emplean las organizaciones en sus perfiles de LinkedIn?	Guía de Observación
			Recursos	¿Qué recurso que brinda LinkedIn usa más para su perfil?	Entrevista a experto
			Actores que intervienen	¿Qué actores intervienen en los contenidos publicados? (colaboradores, embajador de marca, Líderes, Influencer, NA)	Guía de Observación
				Según la intervención de actores, ¿Qué contenido tiene mayor impacto en su perfil?	Entrevista a experto
			Contenido	Tipo de contenido publicado: Foto/Video/ Carrusel PDF/Eventos/Casos de Éxito/ Podcast/audio/Encuesta Cualificada	Guía de Observación
			Propósito	¿Cuál es el propósito que tiene el post emitido?	Guía de Observación
		Característica del mensaje	Objetivo	¿Cuál es la intención de la publicación? (atraer/retener talento humano)	Guía de Observación
			Tono	¿Qué tono de comunicación emplean en el post emitido?	Guía de Observación

			Impacto	Popularidad: Número de seguidores	Guía de Observación
				N° de reacciones (según expresiones de LinkedIn)	Guía de Observación
				N° de comentarios recibidos en el post	Guía de Observación
				Nivel de comentario recibido (Positivo, Negativo, Neutral)	Guía de Observación
				N° de veces que se compartió el post	Guía de Observación
				Nivel del mensaje compartido (Positivo, Negativo, Neutral)	Guía de Observación
Atracción y retención del talento humano	Conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir los aspectos de los cargos gerenciales relacionados con las personas o recursos, incluidos reclutamiento, selección, capacitación, recompensas y evaluación de desempeño.	Tendencias 2022	Tendencias	¿Bajo qué estrategias la marca puede compartir sus atributos/valores para ser más atractivos frente al talento humano?	Entrevista a experto
				¿Qué estrategias se usan actualmente en LinkedIn para retener el talento humano en las organizaciones?	Entrevista a experto
				¿Qué tipo de comentarios emiten los usuarios que son etiquetados o publicados en base a estrategias de reconocimiento?	Entrevista a experto
				¿Cuál es el tipo de estrategia que predomina en los perfiles de LinkedIn?	Guía de Observación
				Promedio de publicaciones en LinkedIn (a la semana)	Guía de Observación
				¿Qué personalidad demuestra la marca en sus perfiles de LinkedIn?	Guía de Observación
				¿Cuál es la táctica que mayormente emplean las organizaciones en sus perfiles de LinkedIn?	

Anexo E. Ficha de Cotejo

Datos generales de la Empresa:

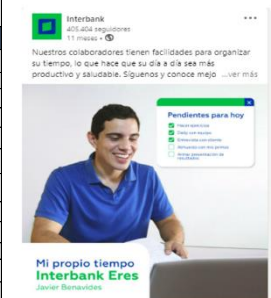
Link de perfil de LinkedIn	https://www.linkedin.com/company/interbank/
N.º de seguidores LinkedIn	405.437
N.º de publicaciones realizadas en el 2022 (enero - septiembre)	51
Tamaño de la empresa (N.º de empleados)	6691
Sector de la empresa	Sector Financiero

Guía de Observación:

NºPost	1	Fecha aprox. De posteo	11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_organizointerbank-activty-687769464094281856-ndN7um_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano		X	N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confianza	X	Estrategia de Posicionamiento		X	Print de publicación:
	E. Visibilidad	E. Expansión					
Alcance				Formato			
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X	
Recomendar	257	Nº comentarios	8	Nº compartido	11	Foto/Flyer	X
Celebrar	32	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
apoyar	1	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	12	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
							X
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
							X
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertir		Vender
							Comunicar
							X



NºPost	2	Fecha aprox. De posteo	11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_interbankeres-estiempoterascender-activty-6875208333841174528-6L0h7um_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano		X	N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confianza	X	Estrategia de Posicionamiento		X	Print de publicación:
	E. Visibilidad	E. Expansión					
Alcance				Formato			
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X	
Recomendar	271	Nº comentarios	6	Nº compartido	5	Foto/Flyer	X
Celebrar	9	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
Apoyar	0	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	25	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	2					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
			X				
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
	X						
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educación		Entretener/ divertir		Vender
							Comunicar



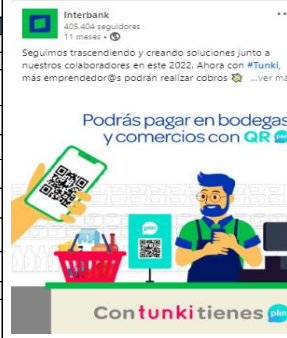
NºPost	3	Fecha aprox. De posteo	11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_estimopoderascender-activity-6879806391136295808-rob7um_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento		Print de publicación:
	E. Visibilidad	X	E. Expansión				
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X	
Recomendar	153	Nº comentarios	0	Nº compartido	4	Foto/Flyer	X
Celebrar	10	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
Apoyar	4	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)	
Encantar	19	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca	Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/divertir	Vender	Comunicar X



NºPost	4	Fecha aprox. De posteo	11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_interbankeres-estimopoderascender-activity-6881612770597462017-0v17um_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza	X	Estrategia de Posicionamiento		Print de publicación:
	E. Visibilidad		E. Expansión				
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X	
Recomendar	446	Nº comentarios	22	Nº compartido	5	Foto/Flyer	X
Celebrar	48	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
Apoyar	3	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	51	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	3					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca	Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/divertir	Vender	Comunicar X




NºPost	5	Fecha aprox. De posteo	11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_tunki-pln-estimopoderascender-activity-6883671892978171904-TZU7um_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	X	E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento		Print de publicación:
	E. Visibilidad		E. Expansión				
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X	
Recomendar	114	Nº comentarios	2	Nº compartido	7	Foto/Flyer	X
Celebrar	7	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
Apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral	X	C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	7	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	1					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca	Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/divertir	Vender	Comunicar





NºPost	6	Fecha aprox. De posteo	11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_sororidad-estimepodesequida-activity-688257236072017920-U478?utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																																																		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A																																																																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento			X																																																																																																																																
	E. Visibilidad	E. Expansión																																																																																																																																					
Print de publicación:																																																																																																																																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Alcance</th> <th colspan="4">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <td colspan="2">colocar nº reacciones</td> <td colspan="2">Rellenar información</td> <td colspan="2">Rellenar información</td> <td colspan="2">marcar con X</td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>409</td> <td>Nº comentarios</td> <td>13</td> <td>Nº compartido</td> <td>38</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>36</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Apoyar</td> <td>8</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td>X</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>85</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>0</td> <td colspan="4"></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>1</td> <td colspan="4"></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="2">X</td> <td colspan="2"></td> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educación</td> <td>X</td> <td>Entretener/divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Comunicar</td> </tr> </tbody> </table>								Alcance				Formato				Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	409	Nº comentarios	13	Nº compartido	38	Foto/Flyer	X	Celebrar	36	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		Apoyar	8	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral	X	C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	85	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0					Podcast/ audio		Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo								X	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno		X						X	Propósito comunicativo	Engagement		Educación	X	Entretener/divertir		Vender								Comunicar
Alcance				Formato																																																																																																																																			
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido																																																																																																																																	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																																																	
Recomendar	409	Nº comentarios	13	Nº compartido	38	Foto/Flyer	X																																																																																																																																
Celebrar	36	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																																																	
Apoyar	8	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF																																																																																																																																	
Hacer gracia	0	C. Neutral	X	C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																																																	
Encantar	85	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																																																	
Interesar	0					Podcast/ audio																																																																																																																																	
Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada																																																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																																																
							X																																																																																																																																
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																																																
	X						X																																																																																																																																
Propósito comunicativo	Engagement		Educación	X	Entretener/divertir		Vender																																																																																																																																
							Comunicar																																																																																																																																

NºPost	7	Fecha aprox. De posteo	9 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_organicinterbank-estimepodepormas-activity-68972527285772020-b2gk?utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																																																		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X N.A																																																																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confianza	X	Estrategia de Posicionamiento																																																																																																																																			
	E. Visibilidad	E. Expansión																																																																																																																																					
Print de publicación:																																																																																																																																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Alcance</th> <th colspan="4">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <td colspan="2">colocar nº reacciones</td> <td colspan="2">Rellenar información</td> <td colspan="2">Rellenar información</td> <td colspan="2">marcar con X</td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>675</td> <td>Nº comentarios</td> <td>2</td> <td>Nº compartido</td> <td>16</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>109</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Apoyar</td> <td>4</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>51</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>0</td> <td colspan="4"></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>1</td> <td colspan="4"></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="2">X</td> <td colspan="2"></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educación</td> <td></td> <td>Entretener/divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Comunicar X</td> </tr> </tbody> </table>								Alcance				Formato				Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	675	Nº comentarios	2	Nº compartido	16	Foto/Flyer	X	Celebrar	109	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		Apoyar	4	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	51	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0					Podcast/ audio		Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo		X							Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno		X							Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/divertir		Vender								Comunicar X
Alcance				Formato																																																																																																																																			
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido																																																																																																																																	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																																																	
Recomendar	675	Nº comentarios	2	Nº compartido	16	Foto/Flyer	X																																																																																																																																
Celebrar	109	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																																																	
Apoyar	4	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF																																																																																																																																	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																																																	
Encantar	51	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																																																	
Interesar	0					Podcast/ audio																																																																																																																																	
Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada																																																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																																																
	X																																																																																																																																						
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																																																
	X																																																																																																																																						
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/divertir		Vender																																																																																																																																
							Comunicar X																																																																																																																																

NºPost	8	Fecha aprox. De posteo	10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_remotefirst-estimepodetrascender-activity-6884064741753276768-kQUk?utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																																																		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X N.A																																																																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confianza	X	Estrategia de Posicionamiento																																																																																																																																			
	E. Visibilidad	E. Expansión																																																																																																																																					
Print de publicación:																																																																																																																																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Alcance</th> <th colspan="4">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <td colspan="2">colocar nº reacciones</td> <td colspan="2">Rellenar información</td> <td colspan="2">Rellenar información</td> <td colspan="2">marcar con X</td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>296</td> <td>Nº comentarios</td> <td>23</td> <td>Nº compartido</td> <td>2</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>19</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Apoyar</td> <td>6</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td>X</td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>23</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>0</td> <td colspan="4"></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>1</td> <td colspan="4"></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="2">X</td> <td colspan="2"></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td>X</td> <td>Educación</td> <td></td> <td>Entretener/divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Comunicar</td> </tr> </tbody> </table>								Alcance				Formato				Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	296	Nº comentarios	23	Nº compartido	2	Foto/Flyer	X	Celebrar	19	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		Apoyar	6	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		Encantar	23	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0					Podcast/ audio		Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo						X			Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno		X							Propósito comunicativo	Engagement	X	Educación		Entretener/divertir		Vender								Comunicar
Alcance				Formato																																																																																																																																			
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido																																																																																																																																	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																																																	
Recomendar	296	Nº comentarios	23	Nº compartido	2	Foto/Flyer	X																																																																																																																																
Celebrar	19	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																																																	
Apoyar	6	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																																																	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)																																																																																																																																	
Encantar	23	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																																																	
Interesar	0					Podcast/ audio																																																																																																																																	
Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada																																																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																																																
					X																																																																																																																																		
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																																																
	X																																																																																																																																						
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educación		Entretener/divertir		Vender																																																																																																																																
							Comunicar																																																																																																																																

NºPost	9	Fecha aprox. De posteo	9 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_estiempodetrascender-activity-699828689910120448-kuCo?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			NA
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confiianza		Estrategia de Posicionamiento			Print de publicación:
	E. Visibilidad	E. Expansi3n					
Alcance				Formato			
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido	
colocar nº reacciones		Rellenar informaci3n		Rellenar informaci3n		marcar con X	
Recomendar	599	Nº comentarios	44	Nº compartido	14	Foto/Flyer	X
Celebrar	88	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
Apoyar	4	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	59	C. negativo		C. negativo		Casos de 3xito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicaci3n	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influecer	Ninguno
Prop3sito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir	Vender	Comunicar

NºPost	10	Fecha aprox. De posteo	8 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_remotefirst-estimepodetrascender-activity-691036731145815040-k9H?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X NA
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confiianza	X	Estrategia de Posicionamiento			Print de publicación:
	E. Visibilidad	E. Expansi3n					
Alcance				Formato			
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido	
colocar nº reacciones		Rellenar informaci3n		Rellenar informaci3n		marcar con X	
Recomendar	874	Nº comentarios	27	Nº compartido	9	Foto/Flyer	X
Celebrar	56	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
Apoyar	7	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)	
Encantar	47	C. negativo		C. negativo		Casos de 3xito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicaci3n	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Prop3sito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir	Vender	Comunicar X

NºPost	11	Fecha aprox. De posteo	9 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_orgulointerbank-estimepodetrascender-activity-6904832483221987328-jDT?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			NA
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confiianza		Estrategia de Posicionamiento			Print de publicación:
	E. Visibilidad	E. Expansi3n					
Alcance				Formato			
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido	
colocar nº reacciones		Rellenar informaci3n		Rellenar informaci3n		marcar con X	
Recomendar	146	Nº comentarios	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer	X
Celebrar	10	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
Apoyar	1	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)	
Encantar	7	C. negativo		C. negativo		Casos de 3xito	
Interesar	1					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicaci3n	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Prop3sito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir	Vender	Comunicar X

NºPost	12	Fecha aprox. De posteo	8 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_estiempodelpomaers-estempodelascender-activity-690963284290388096-B65D?utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																						
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano																																																																																																							
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confiianza		Estrategia de Posicionamiento																																																																																																							
	E. Visibilidad	E. Expansión			X																																																																																																						
Print de publicación:																																																																																																											
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Alcance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th>Reacciones</th> <th>Comentarios</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <td>colocar nº reacciones</td> <td>Rellenar información</td> <td colspan="2">Rellenar información</td> <td colspan="2">marcar con X</td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>374</td> <td>Nº comentarios</td> <td>16</td> <td>Nº compartido</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>30</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> </tr> <tr> <td>Apoyar</td> <td>1</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>11</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>0</td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2">Encuesta cualificada</td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>0</td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2">Encuesta cualificada</td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostativo</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Testimonial</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td>Influencer</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educación</td> <td>Entretener/divertir</td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>						Alcance		Compartido		Formato		Reacciones	Comentarios	Rellenar información		Tipo de contenido		colocar nº reacciones	Rellenar información	Rellenar información		marcar con X		Recomendar	374	Nº comentarios	16	Nº compartido	1	Celebrar	30	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Apoyar	1	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Encantar	11	C. negativo		C. negativo		Interesar	0			Encuesta cualificada		Dar curiosidad	0			Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo						Testimonial						Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes						Influencer						Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educación	Entretener/divertir	Vender
Alcance		Compartido		Formato																																																																																																							
Reacciones	Comentarios	Rellenar información		Tipo de contenido																																																																																																							
colocar nº reacciones	Rellenar información	Rellenar información		marcar con X																																																																																																							
Recomendar	374	Nº comentarios	16	Nº compartido	1																																																																																																						
Celebrar	30	Tipo de comentario		Tipo de compartido																																																																																																							
Apoyar	1	C. Positivo	X	C. Positivo	X																																																																																																						
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X																																																																																																						
Encantar	11	C. negativo		C. negativo																																																																																																							
Interesar	0			Encuesta cualificada																																																																																																							
Dar curiosidad	0			Encuesta cualificada																																																																																																							
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo																																																																																																						
					Testimonial																																																																																																						
					Informativo																																																																																																						
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes																																																																																																						
					Influencer																																																																																																						
					Ninguno																																																																																																						
Propósito comunicativo	Engagement		Educación	Entretener/divertir	Vender																																																																																																						

NºPost	13	Fecha aprox. De posteo	8 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_orgullointerbank-estempodelascender-activity-6912075341784076289-077b?utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																						
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano																																																																																																							
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confiianza	X	Estrategia de Posicionamiento																																																																																																							
	E. Visibilidad	E. Expansión																																																																																																									
Print de publicación:																																																																																																											
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Alcance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th>Reacciones</th> <th>Comentarios</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <td>colocar nº reacciones</td> <td>Rellenar información</td> <td colspan="2">Rellenar información</td> <td colspan="2">marcar con X</td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>837</td> <td>Nº comentarios</td> <td>42</td> <td>Nº compartido</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>101</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> </tr> <tr> <td>Apoyar</td> <td>3</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>84</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>0</td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2">Encuesta cualificada</td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>0</td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2">Encuesta cualificada</td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostativo</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td>Testimonial</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td>Influencer</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educación</td> <td>Entretener/divertir</td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>						Alcance		Compartido		Formato		Reacciones	Comentarios	Rellenar información		Tipo de contenido		colocar nº reacciones	Rellenar información	Rellenar información		marcar con X		Recomendar	837	Nº comentarios	42	Nº compartido	15	Celebrar	101	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Apoyar	3	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Encantar	84	C. negativo		C. negativo		Interesar	0			Encuesta cualificada		Dar curiosidad	0			Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo				X		Testimonial						Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes						Influencer						Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educación	Entretener/divertir	Vender
Alcance		Compartido		Formato																																																																																																							
Reacciones	Comentarios	Rellenar información		Tipo de contenido																																																																																																							
colocar nº reacciones	Rellenar información	Rellenar información		marcar con X																																																																																																							
Recomendar	837	Nº comentarios	42	Nº compartido	15																																																																																																						
Celebrar	101	Tipo de comentario		Tipo de compartido																																																																																																							
Apoyar	3	C. Positivo	X	C. Positivo	X																																																																																																						
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral																																																																																																							
Encantar	84	C. negativo		C. negativo																																																																																																							
Interesar	0			Encuesta cualificada																																																																																																							
Dar curiosidad	0			Encuesta cualificada																																																																																																							
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo																																																																																																						
			X		Testimonial																																																																																																						
					Informativo																																																																																																						
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes																																																																																																						
					Influencer																																																																																																						
					Ninguno																																																																																																						
Propósito comunicativo	Engagement		Educación	Entretener/divertir	Vender																																																																																																						

NºPost	14	Fecha aprox. De posteo	8 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_orgullointerbank-estempodelascender-activity-6912934947905277953-H86S?utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																						
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano																																																																																																							
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confiianza		Estrategia de Posicionamiento																																																																																																							
	E. Visibilidad	E. Expansión			X																																																																																																						
Print de publicación:																																																																																																											
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Alcance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th>Reacciones</th> <th>Comentarios</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <td>colocar nº reacciones</td> <td>Rellenar información</td> <td colspan="2">Rellenar información</td> <td colspan="2">marcar con X</td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>326</td> <td>Nº comentarios</td> <td>4</td> <td>Nº compartido</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>51</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> </tr> <tr> <td>Apoyar</td> <td>1</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>34</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>0</td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2">Encuesta cualificada</td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>0</td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2">Encuesta cualificada</td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostativo</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Testimonial</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="2">X</td> <td colspan="2"></td> <td>Influencer</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educación</td> <td>Entretener/divertir</td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>						Alcance		Compartido		Formato		Reacciones	Comentarios	Rellenar información		Tipo de contenido		colocar nº reacciones	Rellenar información	Rellenar información		marcar con X		Recomendar	326	Nº comentarios	4	Nº compartido	14	Celebrar	51	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Apoyar	1	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Encantar	34	C. negativo		C. negativo		Interesar	0			Encuesta cualificada		Dar curiosidad	0			Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo						Testimonial						Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes		X				Influencer						Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educación	Entretener/divertir	Vender
Alcance		Compartido		Formato																																																																																																							
Reacciones	Comentarios	Rellenar información		Tipo de contenido																																																																																																							
colocar nº reacciones	Rellenar información	Rellenar información		marcar con X																																																																																																							
Recomendar	326	Nº comentarios	4	Nº compartido	14																																																																																																						
Celebrar	51	Tipo de comentario		Tipo de compartido																																																																																																							
Apoyar	1	C. Positivo	X	C. Positivo	X																																																																																																						
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral																																																																																																							
Encantar	34	C. negativo		C. negativo																																																																																																							
Interesar	0			Encuesta cualificada																																																																																																							
Dar curiosidad	0			Encuesta cualificada																																																																																																							
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo																																																																																																						
					Testimonial																																																																																																						
					Informativo																																																																																																						
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes																																																																																																						
	X				Influencer																																																																																																						
					Ninguno																																																																																																						
Propósito comunicativo	Engagement		Educación	Entretener/divertir	Vender																																																																																																						

NºPost	15	Fecha aprox. De posteo	7 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_daedamundadelemprendimiento-estiempodetrascender-activity-6920153198213128192-dh6R7um_source=share&utm_medium=member_desktop					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A			
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento			Print de publicación:		
	E. Visibilidad	X	E. Expansión							
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato				
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido				
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X				
Recomendar	179	Nº comentarios	2	Nº compartido	4	Foto/Flyer	X			
Celebrar	18	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video				
Apoyar	3	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF				
Hacer gracia	0	C. Neutral	X	C. Neutral	X	Eventos (streaming)				
Encantar	17	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito				
Interesar	0					Podcast/ audio				
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada				
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo			
			X							
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno			
							X			
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar	X	

NºPost	16	Fecha aprox. De posteo	6 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_estiempodetrascender-activity-6932068738099744768-G1jZ7um_source=share&utm_medium=member_desktop					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A			
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento			Print de publicación:		
	E. Visibilidad		E. Expansión	X						
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato				
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido				
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X				
Recomendar	606	Nº comentarios	348	Nº compartido	401	Foto/Flyer	X			
Celebrar	24	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video				
Apoyar	2	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF				
Hacer gracia	0	C. Neutral	X	C. Neutral	X	Eventos (streaming)				
Encantar	47	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito				
Interesar	2					Podcast/ audio				
Dar curiosidad	2					Encuesta cualificada				
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo			
							X			
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno			
							X			
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar		

NºPost	17	Fecha aprox. De posteo	6 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_orgullointerbank-australgroup-tempodetrompaers-activity-6929792108488704000-1YV17um_source=share&utm_medium=member_desktop					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A			
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento			Print de publicación:		
	E. Visibilidad		E. Expansión	X						
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato				
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido				
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X				
Recomendar	434	Nº comentarios	13	Nº compartido	23	Foto/Flyer	X			
Celebrar	55	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video				
Apoyar	1	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF				
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)				
Encantar	19	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito				
Interesar	0					Podcast/ audio				
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada				
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo			
	X									
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno			
							X			
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar	X	

NºPost	18	Fecha aprox. De posteo	6 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_orgulointerbank-activity-6931966345508982784-yC8X?utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A																																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	X	E. Confianza	Estrategia de Posicionamiento			Print de publicación:																																																																																																
	E. Visibilidad		E. Expansión																																																																																																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>831</td> <td>Nº comentarios</td> <td>9</td> <td>Nº compartido</td> <td>22</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>111</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td colspan="2">Video</td> </tr> <tr> <td>Apoyar</td> <td>3</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td colspan="2">Carrusel de PDF</td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td colspan="2">C. Neutral</td> <td colspan="2">C. Neutral</td> <td colspan="2">Eventos (streaming)</td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>70</td> <td colspan="2">C. negativo</td> <td colspan="2">C. negativo</td> <td colspan="2">Casos de éxito</td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>2</td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2">Podcast/ audio</td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>0</td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2">Encuesta cualificada</td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demotrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educación</td> <td></td> <td>Entretener/divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido marcar con X		Recomendar	831	Nº comentarios	9	Nº compartido	22	Foto/Flyer	X	Celebrar	111	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		Apoyar	3	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	70	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	2					Podcast/ audio		Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demotrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/divertir		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido marcar con X																																																																																																	
Recomendar	831	Nº comentarios	9	Nº compartido	22	Foto/Flyer	X																																																																																																
Celebrar	111	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																	
Apoyar	3	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF																																																																																																	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																	
Encantar	70	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																	
Interesar	2					Podcast/ audio																																																																																																	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demotrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/divertir		Vender																																																																																																
							Comunicar	X																																																																																															

NºPost	19	Fecha aprox. De posteo	6 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_orgulointerbank-activity-6931966345508982784-yC8X?utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A																																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	X	E. Confianza	Estrategia de Posicionamiento			Print de publicación:																																																																																																
	E. Visibilidad		E. Expansión																																																																																																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>216</td> <td>Nº comentarios</td> <td>23</td> <td>Nº compartido</td> <td>29</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>11</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td colspan="2">Video</td> </tr> <tr> <td>Apoyar</td> <td>0</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td colspan="2">Carrusel de PDF</td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td colspan="2">C. Neutral</td> <td colspan="2">C. Neutral</td> <td colspan="2">Eventos (streaming)</td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>5</td> <td colspan="2">C. negativo</td> <td colspan="2">C. negativo</td> <td colspan="2">Casos de éxito</td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>0</td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2">Podcast/ audio</td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>1</td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2">Encuesta cualificada</td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demotrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educación</td> <td></td> <td>Entretener/divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido marcar con X		Recomendar	216	Nº comentarios	23	Nº compartido	29	Foto/Flyer	X	Celebrar	11	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		Apoyar	0	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	5	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0					Podcast/ audio		Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demotrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/divertir		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido marcar con X																																																																																																	
Recomendar	216	Nº comentarios	23	Nº compartido	29	Foto/Flyer	X																																																																																																
Celebrar	11	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																	
Apoyar	0	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																	
Encantar	5	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																	
Interesar	0					Podcast/ audio																																																																																																	
Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demotrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/divertir		Vender																																																																																																
							Comunicar	X																																																																																															

NºPost	20	Fecha aprox. De posteo	6 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_estampodetrascender-activity-6939739788126400512-v_EE?utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A																																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	X	E. Confianza	Estrategia de Posicionamiento			Print de publicación:																																																																																																
	E. Visibilidad		E. Expansión																																																																																																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>241</td> <td>Nº comentarios</td> <td>13</td> <td>Nº compartido</td> <td>6</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>6</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td colspan="2">Video</td> </tr> <tr> <td>Apoyar</td> <td>1</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td colspan="2">Carrusel de PDF</td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td colspan="2">C. Neutral</td> <td colspan="2">C. Neutral</td> <td colspan="2">Eventos (streaming)</td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>7</td> <td colspan="2">C. negativo</td> <td colspan="2">C. negativo</td> <td colspan="2">Casos de éxito</td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>2</td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2">Podcast/ audio</td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>0</td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2">Encuesta cualificada</td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demotrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educación</td> <td></td> <td>Entretener/divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido marcar con X		Recomendar	241	Nº comentarios	13	Nº compartido	6	Foto/Flyer	X	Celebrar	6	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		Apoyar	1	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	7	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	2					Podcast/ audio		Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demotrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/divertir		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido marcar con X																																																																																																	
Recomendar	241	Nº comentarios	13	Nº compartido	6	Foto/Flyer	X																																																																																																
Celebrar	6	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																	
Apoyar	1	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																	
Encantar	7	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																	
Interesar	2					Podcast/ audio																																																																																																	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demotrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/divertir		Vender																																																																																																
							Comunicar	X																																																																																															

NºPost	21	Fecha aprox. De posteo	5meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_orgulointerbank-estiempoaipomaers-activity-6946836245625245696-xJ9T?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza	X	Estrategia de Posicionamiento		Print de publicación:
	E. Visibilidad		E. Expansión				
Alcance				Formato			
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X	
Recomendar	740	Nº comentarios	29	Nº compartido	20	Foto/Flyer	X
Celebrar	144	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
Apoyar	2	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF	
Hacer gracia	1	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	59	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
							X
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
					X		
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/divertir		Vender



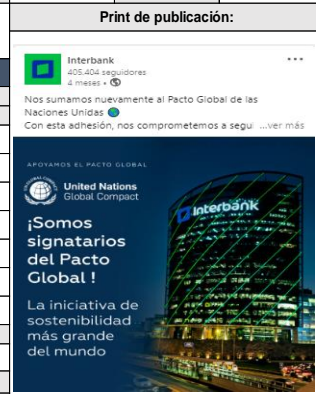
NºPost	22	Fecha aprox. De posteo	5 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_orgulointerbank-estiempoaipomaers-activity-6941154141926739968-n2V?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	x	E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento		Print de publicación:
	E. Visibilidad		E. Expansión				
Alcance				Formato			
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X	
Recomendar	310	Nº comentarios	3	Nº compartido	11	Foto/Flyer	X
Celebrar	50	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
Apoyar	4	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral	X	C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	25	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
							X
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
							X
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/divertir		Vender



NºPost	23	Fecha aprox. De posteo	5 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_orgulointerbank-estiempoaipomaers-activity-6941154141926739968-n2V?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento		Print de publicación:
	E. Visibilidad	X	E. Expansión				
Alcance				Formato			
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X	
Recomendar	82	Nº comentarios	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer	X
Celebrar	8	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
Apoyar	1	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)	
Encantar	7	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
			X				
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
							X
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/divertir	X	Vender



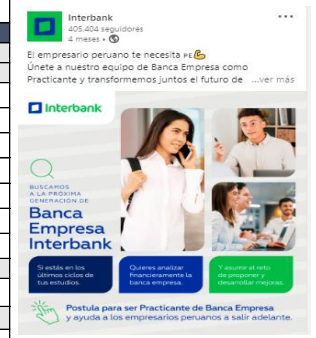
NºPost	24	Fecha aprox. De posteo	4meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_estiempodestostenibilidad-activy-695523660325623456-F3Dk?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento			X
	E. Visibilidad	E. Expansión					
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido	
Recomendar	429	Nº comentarios	8	Nº compartido	18	Foto/Flyer	X
Celebrar	54	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
Apoyar	3	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)	
Encantar	29	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demosttrativo	Testimonial	Informativo
							X
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca	Líderes	Influencer	Ninguno	
							X
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender
							Comunicar
							X



NºPost	25	Fecha aprox. De posteo	4meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_opportunidadesascender-estempodetascender-activy-695372960729603022-9-V7tUm?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento			
	E. Visibilidad	E. Expansión					
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido	
Recomendar	182	Nº comentarios	23	Nº compartido	14	Foto/Flyer	X
Celebrar	4	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
Apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral	X	C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	9	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	6					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demosttrativo	Testimonial	Informativo
			X				
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca	Líderes	Influencer	Ninguno	
							X
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender
							Comunicar
							X



NºPost	26	Fecha aprox. De posteo	4 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_opportunidadesascender-estempodetascender-activy-6958246718296301598-8Dgr?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento			
	E. Visibilidad	E. Expansión					
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido	
Recomendar	149	Nº comentarios	22	Nº compartido	7	Foto/Flyer	X
Celebrar	2	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
Apoyar	0	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)	
Encantar	5	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demosttrativo	Testimonial	Informativo
			X				
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca	Líderes	Influencer	Ninguno	
	X						
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender
							Comunicar
							X



NºPost	27	Fecha aprox. De posteo	4 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_estiempodostenibilidad-activty-69552366025523456-F3dK?utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			X	Retener Talento Humano		N.A																																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	X	E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento		Print de publicación:																																																																																																
	E. Visibilidad		E. Expansión																																																																																																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>121</td> <td>Nº comentarios</td> <td>3</td> <td>Nº compartido</td> <td>10</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>2</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Apoyar</td> <td>0</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>0</td> <td>C. negativo</td> <td>X</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>0</td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>0</td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educación</td> <td></td> <td>Entretener/ divertirse</td> <td>Vender</td> <td>Comunicar X</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	121	Nº comentarios	3	Nº compartido	10	Foto/Flyer	X	Celebrar	2	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		Apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	0	C. negativo	X	C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0					Podcast/ audio		Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertirse	Vender	Comunicar X
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																	
Recomendar	121	Nº comentarios	3	Nº compartido	10	Foto/Flyer	X																																																																																																
Celebrar	2	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																	
Apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF																																																																																																	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																	
Encantar	0	C. negativo	X	C. negativo		Casos de éxito																																																																																																	
Interesar	0					Podcast/ audio																																																																																																	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertirse	Vender	Comunicar X																																																																																																



NºPost	28	Fecha aprox. De posteo	4 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_estiempodeequidad-activty-6957333449313554432-9N0?utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			X	Retener Talento Humano		N.A																																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento		Print de publicación:																																																																																																
	E. Visibilidad	X	E. Expansión																																																																																																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>124</td> <td>Nº comentarios</td> <td>7</td> <td>Nº compartido</td> <td>4</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>8</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Apoyar</td> <td>1</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td>X</td> <td>C. Neutral</td> <td>X</td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>0</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>0</td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>1</td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educación</td> <td>X</td> <td>Entretener/ divertirse</td> <td>Vender</td> <td>Comunicar</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	124	Nº comentarios	7	Nº compartido	4	Foto/Flyer	X	Celebrar	8	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		Apoyar	1	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral	X	C. Neutral	X	Eventos (streaming)		Encantar	0	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0					Podcast/ audio		Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educación	X	Entretener/ divertirse	Vender	Comunicar
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																	
Recomendar	124	Nº comentarios	7	Nº compartido	4	Foto/Flyer	X																																																																																																
Celebrar	8	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																	
Apoyar	1	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																	
Hacer gracia	0	C. Neutral	X	C. Neutral	X	Eventos (streaming)																																																																																																	
Encantar	0	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																	
Interesar	0					Podcast/ audio																																																																																																	
Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																
Propósito comunicativo	Engagement		Educación	X	Entretener/ divertirse	Vender	Comunicar																																																																																																






NºPost	29	Fecha aprox. De posteo	4 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_oportunidadesdetrasender-estempodetrascender-activty-695769596438679053-FrKa?utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			X	Retener Talento Humano		N.A																																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	X	E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento		Print de publicación:																																																																																																
	E. Visibilidad		E. Expansión																																																																																																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>138</td> <td>Nº comentarios</td> <td>2</td> <td>Nº compartido</td> <td>6</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>2</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Apoyar</td> <td>4</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td>X</td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>0</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>0</td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>3</td> <td colspan="2"></td> <td colspan="2"></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educación</td> <td></td> <td>Entretener/ divertirse</td> <td>Vender</td> <td>Comunicar X</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	138	Nº comentarios	2	Nº compartido	6	Foto/Flyer	X	Celebrar	2	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		Apoyar	4	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		Encantar	0	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0					Podcast/ audio		Dar curiosidad	3					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertirse	Vender	Comunicar X
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																	
Recomendar	138	Nº comentarios	2	Nº compartido	6	Foto/Flyer	X																																																																																																
Celebrar	2	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																	
Apoyar	4	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)																																																																																																	
Encantar	0	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																	
Interesar	0					Podcast/ audio																																																																																																	
Dar curiosidad	3					Encuesta cualificada																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertirse	Vender	Comunicar X																																																																																																



NºPost	30	Fecha aprox. De posteo	3 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_orgulointerbank-estempodemosers-activy-6958265000428957696-uWVX7am_source=share_um_medium=member_bestop				
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X	N.A	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza	X	Estrategia de Posicionamiento				
	E. Visibilidad		E. Expansión						
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato			
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X			
Recomendar	476	Nº comentarios	7	Nº compartido	11	Foto/Flyer			
Celebrar	73	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video			
Apoyar	1	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF			
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)			
Encantar	41	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito			
Interesar	0					Podcast/ audio			
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada			
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo		
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno		
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar	X

NºPost	31	Fecha aprox. De posteo	3meses	Link:					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X	N.A	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza	X	Estrategia de Posicionamiento				
	E. Visibilidad		E. Expansión						
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato			
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X			
Recomendar	334	Nº comentarios	13	Nº compartido	12	Foto/Flyer	X		
Celebrar	51	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video			
Apoyar	0	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF			
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)			
Encantar	31	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito			
Interesar	1					Podcast/ audio			
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada			
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo		
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno		
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar	X

NºPost	32	Fecha aprox. De posteo	3 meses	Link:					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			X	Retener Talento Humano				N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	X	E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento				
	E. Visibilidad		E. Expansión						
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato			
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X			
Recomendar	87	Nº comentarios	6	Nº compartido	2	Foto	X		
Celebrar	0	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video			
apoyar	0	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF			
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)			
Encantar	3	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito			
Interesar	0					Podcast/ audio			
Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada			
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo		
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno		
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar	X

NºPost	33	Fecha aprox. De posteo	3meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_entiempodeequidad-activity-6962533435521277952-1126?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano			N.A		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	E. Confianza E. Expansión		Estrategia de Posicionamiento		x			
Alcance				Formato					
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido			
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X			
Recomendar		Nº comentarios	0	Nº compartido	0	Foto/Flyer	X		
Celebrar	0	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video			
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF			
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)			
Encantar	0	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito			
Interesar	0					Podcast/ audio			
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada			
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo		
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	x	
Propósito comunicativo	Engagement		Educación	x	Entretener/ divertirse		Vender	Comunicar	
									
NºPost	34	Fecha aprox. De posteo	11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_entiempodeequidad-activity-687950780958715264b-1145?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano		x	N.A		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	E. Confianza E. Expansión	x	Estrategia de Posicionamiento					
Alcance				Formato					
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido			
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X			
Recomendar	143	Nº comentarios	2	Nº compartido	2	Foto/Flyer			
Celebrar	14	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x		
apoyar	2	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF			
Hacer gracia	2	C. Neutral		C. Neutral	x	Eventos (streaming)			
Encantar	18	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito			
Interesar						Podcast/ audio			
Dar curiosidad						Encuesta cualificada			
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo		
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	x	
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertirse	x	Vender	Comunicar	
									
NºPost	35	Fecha aprox. De posteo	11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_feliz2022-activity-6882332485812801537-1c19?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano			N.A		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	E. Confianza E. Expansión	x	Estrategia de Posicionamiento					
Alcance				Formato					
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido			
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X			
Recomendar	175	Nº comentarios	10	Nº compartido	8	Foto/Flyer			
Celebrar	10	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x		
apoyar		C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF			
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral	x	Eventos (streaming)			
Encantar	15	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito			
Interesar						Podcast/ audio			
Dar curiosidad						Encuesta cualificada			
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo		
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	x	
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertirse	x	Vender	Comunicar	
									

NºPost	36	Fecha aprox. De posteo	10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_expoanalitys-activity-688775062368276480-y0Ch?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:	N.A	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			x	Retener Talento Humano			
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	x	E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento			
	E. Visibilidad		E. Expansión					
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		
Recomendar	123	Nº comentarios	2	Nº compartido	4	Foto/Flyer		
Celebrar	10	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	
apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF		
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	9	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar						Podcast/ audio		
Dar curiosidad						Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender	
						Comunicar	x	
NºPost	37	Fecha aprox. De posteo	10meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_puesto-n%C3%B91-great-place-to-work-activity-686255256706736128-11Wu?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:	N.A	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			x	Retener Talento Humano			
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento	x		
	E. Visibilidad		E. Expansión					
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		
Recomendar	1686	Nº comentarios	84	Nº compartido	104	Foto/Flyer	x	
Celebrar	292	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	6	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF		
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	181	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	1					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender	
						Comunicar	x	
NºPost	38	Fecha aprox. De posteo	11 meses	Link:	n-tribk-activity-6876920668278034432-MWg8?	Print de publicación:	N.A	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			x	Retener Talento Humano			
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza	x	Estrategia de Posicionamiento			
	E. Visibilidad		E. Expansión					
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		
Recomendar	87	Nº comentarios	2	Nº compartido	1	Foto/Flyer		
Celebrar	4	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	
apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF		
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	7	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar						Podcast/ audio		
Dar curiosidad						Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender	
						Comunicar	x	
NºPost	39	Fecha aprox. De posteo	9 mmeses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_plin-cumple-2-a%C3%B1os-activity-6892547263032732801-09h8?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:	N.A	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			x	Retener Talento Humano			
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza	x	Estrategia de Posicionamiento			
	E. Visibilidad		E. Expansión					
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		
Recomendar	463	Nº comentarios	13	Nº compartido	10	Foto/Flyer		
Celebrar	62	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	
apoyar	2	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral	x	Eventos (streaming)		
Encantar	44	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar						Podcast/ audio		
Dar curiosidad						Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender	
						Comunicar	x	
NºPost	40	Fecha aprox. De posteo	9 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_empoderamiento-programa-in-women-activity-689767344413810688-2vY7?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:	N.A	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			x	Retener Talento Humano			
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento	x		
	E. Visibilidad		E. Expansión					
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		
Recomendar	111	Nº comentarios	7	Nº compartido	5	Foto/Flyer		
Celebrar	8	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	
apoyar	11	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral	x	Eventos (streaming)		
Encantar	5	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	1					Podcast/ audio		
Dar curiosidad						Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender	
						Comunicar	x	

NºPost	41	Fecha aprox. De posteo	9 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_8m-estienpodetrascender-activity-690714107289584112-CWgU7Uam_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:																																																																																																		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano																																																																																																				
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	E. Confianza E. Expansión		Estrategia de Posicionamiento																																																																																																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>126</td> <td>Nº comentarios</td> <td>0</td> <td>Nº compartido</td> <td>7</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>11</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>1</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>14</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>									Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	126	Nº comentarios	0	Nº compartido	7	Foto/Flyer	x	Celebrar	11	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar	1	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	14	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																		
Recomendar	126	Nº comentarios	0	Nº compartido	7	Foto/Flyer	x																																																																																																	
Celebrar	11	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																		
apoyar	1	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																		
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																		
Encantar	14	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																		
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																		
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo																																																																																																	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																	
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender																																																																																																	
						Comunicar		x																																																																																																
NºPost	42	Fecha aprox. De posteo	9 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_famos-reconocidos-en-el-ranking-par-2021-activity-690017797217622528-w_LK7Uam_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:	N.A																																																																																																	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano																																																																																																				
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	E. Confianza E. Expansión		Estrategia de Posicionamiento				x																																																																																																
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>166</td> <td>Nº comentarios</td> <td>2</td> <td>Nº compartido</td> <td>29</td> <td>Foto/Flyer</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>36</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>3</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>24</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>									Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	166	Nº comentarios	2	Nº compartido	29	Foto/Flyer		Celebrar	36	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	apoyar	3	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	24	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																		
Recomendar	166	Nº comentarios	2	Nº compartido	29	Foto/Flyer																																																																																																		
Celebrar	36	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x																																																																																																	
apoyar	3	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF																																																																																																		
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																		
Encantar	24	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																		
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																		
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo																																																																																																	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																	
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender																																																																																																	
						Comunicar		x																																																																																																
NºPost	43	Fecha aprox. De posteo	9 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_5fC3N8Amate-a-nuestro-equipo-como-gerente-de-activity-6903279098720123302-8R5A7Uam_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:	N.A																																																																																																	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano																																																																																																				
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	E. Confianza E. Expansión	x	Estrategia de Posicionamiento																																																																																																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>95</td> <td>Nº comentarios</td> <td>10</td> <td>Nº compartido</td> <td>16</td> <td>Foto/Flyer</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>1</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>1</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>2</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td>x</td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>									Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	95	Nº comentarios	10	Nº compartido	16	Foto/Flyer		Celebrar	1	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	2	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement	x	Educar		Entretener/ divertir		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																		
Recomendar	95	Nº comentarios	10	Nº compartido	16	Foto/Flyer																																																																																																		
Celebrar	1	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x																																																																																																	
apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF																																																																																																		
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																		
Encantar	2	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																		
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																		
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo																																																																																																	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																	
Propósito comunicativo	Engagement	x	Educar		Entretener/ divertir		Vender																																																																																																	
						Comunicar																																																																																																		
NºPost	44	Fecha aprox. De posteo	9 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_fest22-imaginateC2H83n-festival-de-innovaciC2H83n-activity-6902275934271995805-gDQX7Uam_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:	N.A																																																																																																	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano																																																																																																				
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	E. Confianza E. Expansión		Estrategia de Posicionamiento																																																																																																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>88</td> <td>Nº comentarios</td> <td>4</td> <td>Nº compartido</td> <td>5</td> <td>Foto/Flyer</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td></td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>7</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertir</td> <td>x</td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>									Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	88	Nº comentarios	4	Nº compartido	5	Foto/Flyer		Celebrar		Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	apoyar		C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	7	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	1					Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir	x	Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																		
Recomendar	88	Nº comentarios	4	Nº compartido	5	Foto/Flyer																																																																																																		
Celebrar		Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x																																																																																																	
apoyar		C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																		
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																		
Encantar	7	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																		
Interesar	1					Podcast/ audio																																																																																																		
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo																																																																																																	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																	
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir	x	Vender																																																																																																	
						Comunicar																																																																																																		
NºPost	45	Fecha aprox. De posteo	9 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_postula-a-gerente-de-banca-empresa-activity-6904392040764429288-3qj17Uam_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:	N.A																																																																																																	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano																																																																																																				
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	E. Confianza E. Expansión	x	Estrategia de Posicionamiento																																																																																																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>50</td> <td>Nº comentarios</td> <td>7</td> <td>Nº compartido</td> <td>5</td> <td>Foto/Flyer</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td></td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td>x</td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>									Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	50	Nº comentarios	7	Nº compartido	5	Foto/Flyer		Celebrar		Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral	x	Eventos (streaming)		Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																		
Recomendar	50	Nº comentarios	7	Nº compartido	5	Foto/Flyer																																																																																																		
Celebrar		Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																		
apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																		
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral	x	Eventos (streaming)																																																																																																		
Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																		
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																		
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo																																																																																																	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																	
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender																																																																																																	
						Comunicar		x																																																																																																

NºPost	46	Fecha aprox. De posteo	9 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_as%C3%AD-fue-la-asesora-%C3%ADa-para-potenciar-tu-activity-69041608562200641-EVof?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:																																																																																																									
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A.																																																																																																								
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza	Estrategia de Posicionamiento																																																																																																											
	E. Visibilidad	X	E. Expansión																																																																																																												
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Alcance</th> <th colspan="4">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>160</td> <td>Nº comentarios</td> <td>0</td> <td>Nº compartido</td> <td>4</td> <td>Foto/Flyer</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>7</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>1</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>7</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>0</td> <td colspan="4"></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>0</td> <td colspan="4"></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Atores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td>X</td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Alcance				Formato				Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	160	Nº comentarios	0	Nº compartido	4	Foto/Flyer		Celebrar	7	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X	apoyar	1	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	7	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0					Podcast/ audio		Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Atores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender
Alcance				Formato																																																																																																											
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido																																																																																																									
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																									
Recomendar	160	Nº comentarios	0	Nº compartido	4	Foto/Flyer																																																																																																									
Celebrar	7	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X																																																																																																								
apoyar	1	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF																																																																																																									
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																									
Encantar	7	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																									
Interesar	0					Podcast/ audio																																																																																																									
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada																																																																																																									
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																								
Atores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																								
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender																																																																																																								



NºPost	47	Fecha de posteo	10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_conoce-c%C3%B3mo-es-la-vida-de-una-tribk5-activity-688986134771136560-kmEZ?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:																																																																																																									
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A.																																																																																																								
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza	X	Estrategia de Posicionamiento																																																																																																										
	E. Visibilidad		E. Expansión																																																																																																												
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Alcance</th> <th colspan="4">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>173</td> <td>Nº comentarios</td> <td>23</td> <td>Nº compartido</td> <td>7</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>37</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>3</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>24</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>1</td> <td colspan="4"></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>0</td> <td colspan="4"></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Atores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Alcance				Formato				Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	173	Nº comentarios	23	Nº compartido	7	Foto/Flyer	X	Celebrar	37	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X	apoyar	3	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	24	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	1					Podcast/ audio		Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Atores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender
Alcance				Formato																																																																																																											
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido																																																																																																									
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																									
Recomendar	173	Nº comentarios	23	Nº compartido	7	Foto/Flyer	X																																																																																																								
Celebrar	37	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X																																																																																																								
apoyar	3	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF																																																																																																									
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																									
Encantar	24	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																									
Interesar	1					Podcast/ audio																																																																																																									
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada																																																																																																									
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																								
Atores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																								
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender																																																																																																								



NºPost	48	Fecha de posteo	9 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_8m-d%C3%ADa-internacional-de-la-mujer-activity-680712631124848960-3qjD?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:																																																																																																									
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A.																																																																																																								
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza	Estrategia de Posicionamiento																																																																																																											
	E. Visibilidad	X	E. Expansión																																																																																																												
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Alcance</th> <th colspan="4">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>58</td> <td>Nº comentarios</td> <td>0</td> <td>Nº compartido</td> <td>1</td> <td>Foto/Flyer</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>6</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>0</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>4</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>0</td> <td colspan="4"></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>2</td> <td colspan="4"></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Atores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td>X</td> <td>Entretener/ divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Alcance				Formato				Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	58	Nº comentarios	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer		Celebrar	6	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X	apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	4	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0					Podcast/ audio		Dar curiosidad	2					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Atores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertir		Vender
Alcance				Formato																																																																																																											
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido																																																																																																									
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																									
Recomendar	58	Nº comentarios	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer																																																																																																									
Celebrar	6	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X																																																																																																								
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF																																																																																																									
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																									
Encantar	4	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																									
Interesar	0					Podcast/ audio																																																																																																									
Dar curiosidad	2					Encuesta cualificada																																																																																																									
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																								
Atores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																								
Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertir		Vender																																																																																																								



NºPost	49	Fecha de posteo	9 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_8m-d%C3%ADa-vive-nuestro-programa-de-pr%C3%A1cticas-activity-6905216030327545856-2Ww?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:																																																																																																									
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A.																																																																																																								
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza	Estrategia de Posicionamiento																																																																																																											
	E. Visibilidad	X	E. Expansión																																																																																																												
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Alcance</th> <th colspan="4">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>143</td> <td>Nº comentarios</td> <td>12</td> <td>Nº compartido</td> <td>1</td> <td>Foto/Flyer</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>13</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td>X</td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>15</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td colspan="4"></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>1</td> <td colspan="4"></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Atores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Alcance				Formato				Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	143	Nº comentarios	12	Nº compartido	1	Foto/Flyer		Celebrar	13	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X	apoyar		C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		Encantar	15	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Atores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender
Alcance				Formato																																																																																																											
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido																																																																																																									
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																									
Recomendar	143	Nº comentarios	12	Nº compartido	1	Foto/Flyer																																																																																																									
Celebrar	13	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X																																																																																																								
apoyar		C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																									
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)																																																																																																									
Encantar	15	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																									
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																									
Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada																																																																																																									
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																								
Atores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																								
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender																																																																																																								



NºPost	50	Fecha de posteo	3meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_4-fijas-para-conseguir-chamba-activity-6861337309262684160-XyY?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano		X	N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confianza	Estrategia de Posicionamiento				
	E. Visibilidad	X	E. Expansión				
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido	
Recomendar	254	Nº comentarios	18	Nº compartido	7	Foto/Flyer	X
Celebrar	1	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
Apoyar	5	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)	
Encantar	7	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	3					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca	Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educación	X	Entretener/ divertirse	Vender	Comunicar



NºPost	51	Fecha de posteo	3 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/interbank_opportunidadparaascender-elstamopedelascuando-activity-686270012897998801-gYy?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	X	E. Confianza	Estrategia de Posicionamiento			
	E. Visibilidad		E. Expansión				
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido	
Recomendar	349	Nº comentarios	28	Nº compartido	33	Foto/Flyer	X
Celebrar	10	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
Apoyar	1	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	9	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca	Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertirse	Vender	Comunicar



TIPO DE ESTRATEGIA	Nº	%
E. Lanzamiento	11	22%
E. Visibilidad	17	33%
E. Confianza	13	25%
E. Expansión	3	6%
E. Posicionamiento	7	14%
N.A	0	0%
Total	51	100%

TIPO DE FORMATO	Nº	%
Foto/Flyer	41	80%
Video	9	18%
Carrusel de PDF	0	0%
Eventos (streaming)	0	0%
Casos de éxito	1	2%
Podcast/ audio	0	0%
Encuesta cualificada	0	0%
Total	51	100%

TONO COMUNICACIÓN	Nº	%
Corporativo	2	4%
Informal	0	0%
Cercano	27	53%
Humorístico	0	0%
Demostrativo	2	4%
Testimonial	0	0%
Informativo	20	39%
Total	51	100%


ACTORES	Nº	%
Colaboradores	16	31%
Embajador M.	1	2%
Líderes	2	4%
Influencer	0	0%
Ninguno	32	63%
Total	51	100%


OBJETIVO DEL POST	Nº	%
Atraer Talento	40	78%
Retener Talento	11	22%
N.A.	0	0%
Total	51	100%

PROPÓSITO COMUNICATIVO	Nº	%
Engagement	7	14%
Educación	5	10%
Entretener/Divertirse	4	8%
Vender	1	2%
Comunicar	34	67%
Total	51	100%

Datos generales de la Empresa:

Link de perfil de LinkedIn	https://www.linkedin.com/company/compartamos-financiera-s-a/about/
Nº de seguidores LinkedIn	44.056 seguidores
Nº de publicaciones realizadas en el 2022 (enero - junio)	3
Tamaño de la empresa (Nº de empleados)	2618
Sector de la empresa	Financiero

NºPost	1	Fecha aprox. De posteo	9 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/compartamos-financiera-s-a-?le=invitados-a-formar-parte-de-nuestra-familia-activity-6897564589552475648-VGZ7um_source=share&utm_medium=member_desktop			Print de publicación:	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano				N.A	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	X	E. Confianza	Estrategia de Posicionamiento					
	E. Visibilidad		E. Expansión						
Alcance		Formato							
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido			
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X			
Recomendar	0	Nº comentario	3	Nº compartido	5	Foto/Flyer	X		
Celebrar	0	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video			
Apoyar	0	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF			
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)			
Encantar	0	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito			
Interesar	0					Podcast/ audio			
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada			
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo		
			X						
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno		
							X		
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar	X

NºPost	2	Fecha de post	8 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/compartamos-financiera-s-a-compartamosinformacionsemanadelahorro-activity-6911807089879171072-NMuX7um_source=share&utm_medium=member_desktop			Print de publicación:	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano				N.A	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza	Estrategia de Posicionamiento					
	E. Visibilidad	x	E. Expansión						
Alcance		Formato							
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido			
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X			
Recomendar	52	Nº comentario	1	Nº compartido	5	Foto/Flyer	X		
Celebrar	2	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video			
Apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF			
Hacer gracia	0	C. Neutral	X	C. Neutral	X	Eventos (streaming)			
Encantar	0	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito			
Interesar	0					Podcast/ audio			
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada			
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo		
							X		
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno		
							X		
Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertir		Vender	Comunicar	

NºPost	3	Fecha de publicación	6 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/compartamos-financiera-s-a-_hacemostodopartusueños-felicidadmamá-activty-6529117127841468160	Print de publicación:	N.A.
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza	Estrategia de Posicionamiento			
	E. Visibilidad	X	E. Expansión				
Alcance		Formato					
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X	
Recomendar	81	Nº comentario	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer	X
Celebrar	1	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
Apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	1	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
			X				
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca	Líderes	Influencer	Ninguno	X
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir	X	Vender
						Comunicar	

TIPO DE ESTRATEGIA	Nº	%	TIPO DE FORMATO	Nº	%
E. Lanzamiento	1	33%	Foto/Flyer	3	100%
E. Visibilidad	2	67%	Video	0	0%
E. Confianza	0	0%	Carrusel de PDF	0	0%
E. Expansión	0	0%	Eventos (streaming)	0	0%
E. Posicionamiento	0	0%	Casos de éxito	0	0%
N.A.	0	0%	Podcast/ audio	0	0%
Total	3	100%	Encuesta cualificada	0	0%
			Total	3	100%


TONO COMUNICACIÓN	Nº	%	ACTORES	Nº	%
Corporativo	0	0%	Colaboradores	0	0%
Informal	0	0%	Embajador M.	0	0%
Cercano	2	67%	Líderes	0	0%
Humorístico	0	0%	Influencer	0	0%
Demostrativo	0	0%	Ninguno	3	100%
Testimonial	0	0%	Total	3	100%
Informativo	1	33%			
Total	3	100%			


OBJETIVO DEL POST	Nº	%	PROPOSITO COMUNICATIVO	Nº	%
Atraer Talento	3	100%	Engagement	0	0%
Retener Talento	0	0%	Educar	1	33%
N.A.	0	0%	Entretener/Divertir	1	33%
Total	3	100%	Vender	0	0%
			Comunicar	1	33%
			Total	3	100%




Datos generales de la Empresa:

Link de perfil de LinkedIn	https://www.linkedin.com/company/supermercados-tottus/
Nº de seguidores LinkedIn	284.999
Nº de publicaciones realizadas en el 2022 (enero - junio)	28
Tamaño de la empresa (Nº de empleados)	8735
Sector de la empresa	Sector Retail

NºPost	1	Fecha aprox. De posteo	11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_tottusperuaprecioso-yasomos29-activity-6879495571170713600-G3z2?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A.		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	X	E. Confianza	Estrategia de Posicionamiento			 <p>Mariátegui, en Villa María del Triunfo, así continuamos creciendo, brindando trabajo a más peruanos/as y acercándonos a más familias, con precios altamente competitivos y cumpliendo todos los protocolos de protección para clientes y colaboradores. Felicitamos y damos la bienvenida a los 50 nuevos integrantes que se suman a nuestra familia. ❤️🇵🇪 En Precio Uno y Tottus estamos orgullosos de poder seguir llegando a más hogares. #YaSomos29 #TodosSomosTottus #TodosSomosUno #CrecemosPorNuestrosLogros</p>		
	E. Visibilidad		E. Expansión						
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato			
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido			
Recomendar	150	Nº comentarios	7	Nº compartido	11	Foto/Flyer	marcar con X		
Celebrar	26	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X		
Apoyar	1	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF			
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)			
Encantar	7	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito			
Interesar	0					Podcast/ audio			
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada			
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo		
							X		
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno		
	X								
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertir		Vender	X	Comunicar

NºPost	2	Fecha de posteo	11 MESES	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_tottusperuaprecioso-yasomos29-activity-6880171086105845760-aHg5?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A.		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza	Estrategia de Posicionamiento			 <p>Tottus 285.204 seguidores 11 meses + #TottusPeru #TottusChile Encender la Navidad, es entregar lo mejor de nosotros 🌟 De parte de la familia Tottus queremos que todo...ver más</p>		
	E. Visibilidad	X	E. Expansión						
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato			
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido			
Recomendar	63	Nº comentarios	73	Nº compartido	2	Foto/Flyer	marcar con X		
Celebrar	6	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X		
Apoyar	0	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF			
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)			
Encantar	4	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito			
Interesar	0					Podcast/ audio			
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada			
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo		
	X								
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno		
							X		
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertir	X	Vender		Comunicar

NºPost	3	Fecha de posteo	11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_tottusperuaprecioso-yasomos29-activity-6881599636207309800-hd4u?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		X	Retener Talento Humano			N.A.		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza	Estrategia de Posicionamiento			 <p>Tottus 285.204 seguidores 11 meses + #TottusPeru #TottusChile #SomosUnEquipo Queremos compartir el saludo y reconocimiento...ver más</p>		
	E. Visibilidad	X	E. Expansión						
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato			
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido			
Recomendar	135	Nº comentarios	0	Nº compartido	11	Foto/Flyer	marcar con X		
Celebrar	10	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X		
Apoyar	0	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF			
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)			
Encantar	8	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito			
Interesar	0					Podcast/ audio			
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada			
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo		
	X								
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno		
							X		
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertir	X	Vender		Comunicar

NºPost	4	Fecha de posteo	11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_tottuschile-crecemospornuestroslogros-activity-6886712009287626752-H0k7um_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X	N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza	X	Estrategia de Posicionamiento			
	E. Visibilidad		E. Expansión					
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		
Recomendar	104	Nº comentarios	1	Nº compartido	2	Foto/Flyer		
Celebrar	6	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
Apoyar	2	C. Positivo	X	C. Positivo		X		
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		
Encantar	2	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	0					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertir		Comunicar	X
								
NºPost	5	Fecha de posteo	10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_tottuschile-entrebottupodemoshacerlotodo-activity-688685050641905315-ASB87um_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X	N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento			X
	E. Visibilidad		E. Expansión					
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		
Recomendar	133	Nº comentarios	2	Nº compartido	8	Foto/Flyer		
Celebrar	7	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
Apoyar	2	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF		
Hacer gracia	0	C. Neutral	X	C. Neutral	X	Eventos (streaming)		
Encantar	2	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	2					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertir		Comunicar	X
								
NºPost	6	Fecha de posteo	10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_tottusperu-entrebottupodemoshacerlotodo-activity-688685050641905315-ASB87um_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano				N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza	X	Estrategia de Posicionamiento			
	E. Visibilidad		E. Expansión	X				
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		
Recomendar	148	Nº comentarios	9	Nº compartido	11	Foto/Flyer		
Celebrar	28	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF		
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	9	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	0					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertir		Comunicar	X
								
NºPost	7	Fecha de posteo	10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_somosmejorparatrabajarenelperu-activity-6862458285289197645-8r67um_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano				N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento		E. Confianza	X	Estrategia de Posicionamiento			
	E. Visibilidad		E. Expansión					
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		
Recomendar	511	Nº comentarios	25	Nº compartido	74	Foto/Flyer		
Celebrar	103	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	6	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	62	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	0					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertir		Comunicar	X
								

NºPost	8	Fecha de posteo	10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-totus_totuschile-activity-6862812478510620672-?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:																																																																																																					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			x	Retener Talento Humano		N.A																																																																																																				
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confiianza			Estrategia de Posicionamiento																																																																																																						
	E. Visibilidad	E. Expansión		x																																																																																																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Reacciones</th> <th colspan="3">Alcance</th> <th colspan="3">Formato</th> </tr> <tr> <th>Comentarios</th> <th>Compartido</th> <th>Tipo de contenido</th> <th colspan="3">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>colocar nº reacciones</td> <td>Rellenar información</td> <td>Rellenar información</td> <td>Rellenar información</td> <td colspan="3">marcar con X</td> </tr> <tr> <td>Recomendar</td> <td>85</td> <td>Nº comentarios</td> <td>4</td> <td>Nº compartido</td> <td>13</td> <td>Foto/Flyer</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>8</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>2</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>4</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomral</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td>Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertír</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones	Alcance			Formato			Comentarios	Compartido	Tipo de contenido	marcar con X			colocar nº reacciones	Rellenar información	Rellenar información	Rellenar información	marcar con X			Recomendar	85	Nº comentarios	4	Nº compartido	13	Foto/Flyer		Celebrar	8	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	apoyar	2	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	4	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca	Líderes	Influencer	Ninguno		Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender
Reacciones	Alcance			Formato																																																																																																							
	Comentarios	Compartido	Tipo de contenido	marcar con X																																																																																																							
colocar nº reacciones	Rellenar información	Rellenar información	Rellenar información	marcar con X																																																																																																							
Recomendar	85	Nº comentarios	4	Nº compartido	13	Foto/Flyer																																																																																																					
Celebrar	8	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x																																																																																																				
apoyar	2	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																					
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																					
Encantar	4	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																					
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																					
Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada																																																																																																					
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo																																																																																																				
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca	Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																					
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender																																																																																																				
																																																																																																											
NºPost	9	Fecha de posteo	10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-totus_totuspersej-actuamosconsentido-activity-686337386611247104-?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:																																																																																																					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			x	Retener Talento Humano		N.A																																																																																																				
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confiianza			Estrategia de Posicionamiento																																																																																																						
	E. Visibilidad	E. Expansión		x																																																																																																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Reacciones</th> <th colspan="3">Alcance</th> <th colspan="3">Formato</th> </tr> <tr> <th>Comentarios</th> <th>Compartido</th> <th>Tipo de contenido</th> <th colspan="3">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>colocar nº reacciones</td> <td>Rellenar información</td> <td>Rellenar información</td> <td>Rellenar información</td> <td colspan="3">marcar con X</td> </tr> <tr> <td>Recomendar</td> <td>123</td> <td>Nº comentarios</td> <td>0</td> <td>Nº compartido</td> <td>6</td> <td>Foto/Flyer</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>7</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>1</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td>x</td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>3</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomral</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td>Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td>x</td> <td>Entretener/ divertír</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones	Alcance			Formato			Comentarios	Compartido	Tipo de contenido	marcar con X			colocar nº reacciones	Rellenar información	Rellenar información	Rellenar información	marcar con X			Recomendar	123	Nº comentarios	0	Nº compartido	6	Foto/Flyer		Celebrar	7	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral	x	Eventos (streaming)		Encantar	3	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca	Líderes	Influencer	Ninguno		Propósito comunicativo	Engagement		Educar	x	Entretener/ divertír		Vender
Reacciones	Alcance			Formato																																																																																																							
	Comentarios	Compartido	Tipo de contenido	marcar con X																																																																																																							
colocar nº reacciones	Rellenar información	Rellenar información	Rellenar información	marcar con X																																																																																																							
Recomendar	123	Nº comentarios	0	Nº compartido	6	Foto/Flyer																																																																																																					
Celebrar	7	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x																																																																																																				
apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																					
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral	x	Eventos (streaming)																																																																																																					
Encantar	3	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																					
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																					
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																					
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo																																																																																																				
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca	Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																					
Propósito comunicativo	Engagement		Educar	x	Entretener/ divertír		Vender																																																																																																				
																																																																																																											
NºPost	10	Fecha de posteo	9 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-totus_totuspersej-mujeresconectadas-activity-6863301884110440584-?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:																																																																																																					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano				Retener Talento Humano		x																																																																																																				
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confiianza			Estrategia de Posicionamiento		x																																																																																																				
	E. Visibilidad	E. Expansión																																																																																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Reacciones</th> <th colspan="3">Alcance</th> <th colspan="3">Formato</th> </tr> <tr> <th>Comentarios</th> <th>Compartido</th> <th>Tipo de contenido</th> <th colspan="3">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>colocar nº reacciones</td> <td>Rellenar información</td> <td>Rellenar información</td> <td>Rellenar información</td> <td colspan="3">marcar con X</td> </tr> <tr> <td>Recomendar</td> <td>82</td> <td>Nº comentarios</td> <td>7</td> <td>Nº compartido</td> <td>7</td> <td>Foto/Flyer</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>10</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>1</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td>x</td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>13</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomral</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td>Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertír</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones	Alcance			Formato			Comentarios	Compartido	Tipo de contenido	marcar con X			colocar nº reacciones	Rellenar información	Rellenar información	Rellenar información	marcar con X			Recomendar	82	Nº comentarios	7	Nº compartido	7	Foto/Flyer		Celebrar	10	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral	x	Eventos (streaming)		Encantar	13	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca	Líderes	Influencer	Ninguno		Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender
Reacciones	Alcance			Formato																																																																																																							
	Comentarios	Compartido	Tipo de contenido	marcar con X																																																																																																							
colocar nº reacciones	Rellenar información	Rellenar información	Rellenar información	marcar con X																																																																																																							
Recomendar	82	Nº comentarios	7	Nº compartido	7	Foto/Flyer																																																																																																					
Celebrar	10	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x																																																																																																				
apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																					
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral	x	Eventos (streaming)																																																																																																					
Encantar	13	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																					
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																					
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																					
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo																																																																																																				
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca	Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																					
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender																																																																																																				
																																																																																																											
NºPost	11	Fecha de posteo	9 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-totus_totuspersej-totuschile-9m-activity-686334228034311104-?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:																																																																																																					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano				Retener Talento Humano		x																																																																																																				
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confiianza			Estrategia de Posicionamiento																																																																																																						
	E. Visibilidad	E. Expansión		x																																																																																																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Reacciones</th> <th colspan="3">Alcance</th> <th colspan="3">Formato</th> </tr> <tr> <th>Comentarios</th> <th>Compartido</th> <th>Tipo de contenido</th> <th colspan="3">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>colocar nº reacciones</td> <td>Rellenar información</td> <td>Rellenar información</td> <td>Rellenar información</td> <td colspan="3">marcar con X</td> </tr> <tr> <td>Recomendar</td> <td>102</td> <td>Nº comentarios</td> <td>7</td> <td>Nº compartido</td> <td>14</td> <td>Foto/Flyer</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>8</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>1</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>18</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomral</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td>Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td>x</td> <td>Entretener/ divertír</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones	Alcance			Formato			Comentarios	Compartido	Tipo de contenido	marcar con X			colocar nº reacciones	Rellenar información	Rellenar información	Rellenar información	marcar con X			Recomendar	102	Nº comentarios	7	Nº compartido	14	Foto/Flyer		Celebrar	8	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	18	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca	Líderes	Influencer	Ninguno		Propósito comunicativo	Engagement		Educar	x	Entretener/ divertír		Vender
Reacciones	Alcance			Formato																																																																																																							
	Comentarios	Compartido	Tipo de contenido	marcar con X																																																																																																							
colocar nº reacciones	Rellenar información	Rellenar información	Rellenar información	marcar con X																																																																																																							
Recomendar	102	Nº comentarios	7	Nº compartido	14	Foto/Flyer																																																																																																					
Celebrar	8	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x																																																																																																				
apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																					
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																					
Encantar	18	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																					
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																					
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																					
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo																																																																																																				
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca	Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																					
Propósito comunicativo	Engagement		Educar	x	Entretener/ divertír		Vender																																																																																																				
																																																																																																											
NºPost	12	Fecha de posteo	8 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-totus_totuschile-comunidademprendedora-entretotuspodemoshacerlo-activity-690995806906607968-?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:																																																																																																					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			x	Retener Talento Humano		N.A																																																																																																				
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confiianza			Estrategia de Posicionamiento		x																																																																																																				
	E. Visibilidad	E. Expansión																																																																																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Reacciones</th> <th colspan="3">Alcance</th> <th colspan="3">Formato</th> </tr> <tr> <th>Comentarios</th> <th>Compartido</th> <th>Tipo de contenido</th> <th colspan="3">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>colocar nº reacciones</td> <td>Rellenar información</td> <td>Rellenar información</td> <td>Rellenar información</td> <td colspan="3">marcar con X</td> </tr> <tr> <td>Recomendar</td> <td></td> <td>Nº comentarios</td> <td>1</td> <td>Nº compartido</td> <td>x</td> <td>Foto/Flyer</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td></td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td>x</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomral</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td>Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertír</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones	Alcance			Formato			Comentarios	Compartido	Tipo de contenido	marcar con X			colocar nº reacciones	Rellenar información	Rellenar información	Rellenar información	marcar con X			Recomendar		Nº comentarios	1	Nº compartido	x	Foto/Flyer		Celebrar		Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	apoyar		C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral	x	C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca	Líderes	Influencer	Ninguno		Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender
Reacciones	Alcance			Formato																																																																																																							
	Comentarios	Compartido	Tipo de contenido	marcar con X																																																																																																							
colocar nº reacciones	Rellenar información	Rellenar información	Rellenar información	marcar con X																																																																																																							
Recomendar		Nº comentarios	1	Nº compartido	x	Foto/Flyer																																																																																																					
Celebrar		Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x																																																																																																				
apoyar		C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																					
Hacer gracia		C. Neutral	x	C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																					
Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																					
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																					
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																					
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo																																																																																																				
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca	Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																					
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender																																																																																																				
																																																																																																											

NºPost	13	Fecha de poste	8 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_tottusperaeq-tottuschile-cambiamoselawich-activity-691242362252424789-7420?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano		N.A		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento		x		
	E. Visibilidad	E. Expansión						
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		
Recomendar	55	Nº comentarios	0	Nº compartido	3	Foto/Flyer	marcar con X	
Celebrar	2	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	
apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	2	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar						Podcast/ audio		
Dar curiosidad						Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar x

NºPost	14	Fecha de poste	8 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_entretotuspodemoshacerlotodo-activity-691433686529521920-7420?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano		N.A		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento		x		
	E. Visibilidad	E. Expansión						
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		
Recomendar	208	Nº comentarios	7	Nº compartido	14	Foto/Flyer	marcar con X	
Celebrar	22	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	
apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	3	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar						Podcast/ audio		
Dar curiosidad						Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertir		Vender	x Comunicar

NºPost	15	Fecha de poste	11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_falabellatransforma-somosfalabella-activity-691742074604193004-0621?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano		N.A		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento		x		
	E. Visibilidad	E. Expansión						
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		
Recomendar	321	Nº comentarios	7	Nº compartido	8	Foto/Flyer	marcar con X	
Celebrar	29	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	
apoyar	2	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	1	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	1					Podcast/ audio		
Dar curiosidad						Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar x

NºPost	16	Fecha de poste	7 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_tottuschile-comunidadsolidaria-entretotuspodemoshacerlotodo-activity-6925203221149847552-5817?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano		N.A		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confianza	x	Estrategia de Posicionamiento				
	E. Visibilidad	E. Expansión						
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		
Recomendar	43	Nº comentarios	1	Nº compartido	3	Foto/Flyer	marcar con X	
Celebrar	2	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	
apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	1	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar						Podcast/ audio		
Dar curiosidad						Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar x

NºPost	17	Fecha de poste	6 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_tottuschile-comunidadsolidaria-entretotuspodemoshacerlotodo-activity-692894474168819172-630?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano		N.A		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento		x		
	E. Visibilidad	E. Expansión						
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		
Recomendar	47	Nº comentarios	1	Nº compartido	3	Foto/Flyer	marcar con X	
Celebrar	10	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	
apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar						Podcast/ audio		
Dar curiosidad						Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar x

NºPost	18	Fecha de poste	10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_tottuschile-actividad-689545262347121665-2p?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano		N.A	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confiianza	x	Estrategia de Posicionamiento			
	E. Visibilidad	E. Expansión					
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X	
Recomendar	110	Nº comentarios	9	Nº compartido	2	Foto/Flyer	x
Celebrar	12	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x
apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral	x	Eventos (streaming)	
Encantar	4	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar						Podcasts/ audio	
Dar curiosidad						Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender
						Comunicar	x
NºPost	19	Fecha de poste	6 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_tottuschile-comunidaddeusuarios-entretenerpodemoshacerlo-actividad-6935266432494510081-af?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano		N.A	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confiianza	x	Estrategia de Posicionamiento			
	E. Visibilidad	E. Expansión					
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X	
Recomendar	53	Nº comentarios	1	Nº compartido		Foto/Flyer	x
Celebrar	3	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x
apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	4	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar						Podcasts/ audio	
Dar curiosidad						Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender
						Comunicar	x
NºPost	20	Fecha de poste	9 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_tottuschile-comunidaddeusuarios-entretenerpodemoshacerlo-actividad-6904470701378462177-y?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano		N.A	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confiianza		Estrategia de Posicionamiento		x	
	E. Visibilidad	E. Expansión					
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X	
Recomendar		Nº comentarios		Nº compartido		Foto/Flyer	x
Celebrar		Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x
apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar						Podcasts/ audio	
Dar curiosidad						Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender
						Comunicar	x
NºPost	21	Fecha de poste	8 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_tottuschile-tottusgenera-emosunegocio-actividad-691465098033389556-com?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano		N.A	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confiianza		Estrategia de Posicionamiento			
	E. Visibilidad	E. Expansión					
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X	
Recomendar		Nº comentarios	1	Nº compartido	12	Foto/Flyer	x
Celebrar		Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x
apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral	x	Eventos (streaming)	
Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar						Podcasts/ audio	
Dar curiosidad						Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender
						Comunicar	x
NºPost	22	Fecha de poste	9 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_actuamosconseriedad-actividad-6867624867978452992-6k?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano		N.A	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confiianza		Estrategia de Posicionamiento		x	
	E. Visibilidad	E. Expansión					
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X	
Recomendar	113	Nº comentarios	4	Nº compartido	8	Foto/Flyer	x
Celebrar	18	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x
apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	7	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar						Podcasts/ audio	
Dar curiosidad						Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender
						Comunicar	x

N°Post	23	Fecha de posteo	7 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_tottusperseg-disfuten-actamosconsentido-activity-692598822762354368-yg47um_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano		x		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confianza	Estrategia de Posicionamiento			x		
	E. Visibilidad	E. Expansión						
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		
Recomendar	306	Nº comentarios	5	Nº compartido	6	Foto/Flyer	marcar con X	
Celebrar	21	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	
apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		
Hacer gracia	25	C. Neutral		C. Neutral	x	Eventos (streaming)		
Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar						Podcast/ audio		
Dar curiosidad						Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertirse		Vender	
							Comunicar	x



N°Post	24	Fecha de posteo	6 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_tottusnile-comunidaddentable-entretotuspodemoshacerlo-activity-6934348141869498368-2vXK97um_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano		x		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confianza	Estrategia de Posicionamiento			x		
	E. Visibilidad	E. Expansión						
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		
Recomendar	73	Nº comentarios	4	Nº compartido	1	Foto/Flyer	X	
Celebrar	16	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF		
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	0	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	0					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertirse		Vender	
							Comunicar	X



N°Post	25	Fecha de posteo	6 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_tottusnile-totusperseg-activity-6937071135536603136-J50R7um_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano		x		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confianza	Estrategia de Posicionamiento			x		
	E. Visibilidad	E. Expansión						
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		
Recomendar	161	Nº comentarios	3	Nº compartido	8	Foto/Flyer	X	
Celebrar	19	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF		
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	6	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	3					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertirse		Vender	
							Comunicar	X



N°Post	26	Fecha de posteo	7 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_tottusperseg-activity-6920060121663303360-L4F7um_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano		x		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confianza	Estrategia de Posicionamiento			x		
	E. Visibilidad	E. Expansión						
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		
Recomendar	0	Nº comentarios	1	Nº compartido	11	Foto/Flyer	X	
Celebrar	0	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	0	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF		
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	0	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	0					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertirse		Vender	
							Comunicar	X



N°Post	27	Fecha de posteo	6 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-tottus_compromisoverde-activity-693262527173896240-reD97um_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano		x		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Confianza	Estrategia de Posicionamiento			x		
	E. Visibilidad	E. Expansión						
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		
Recomendar	339	Nº comentarios	9	Nº compartido	15	Foto/Flyer	X	
Celebrar	52	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	3	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF		
Hacer gracia	43	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	0	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	0					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertirse		Vender	
							Comunicar	X



TIPO DE ESTRATEGIA	N°	%
E. Lanzamiento	1	4%
E. Visibilidad	7	26%
E. Confianza	7	26%
E. Expansión	0	0%
E. Posicionamiento	12	44%
N.A.	0	0%
Total	27	100%

TIPO DE FORMATO	N°	%
Foto/Flyer	18	67%
Video	9	33%
Carrusel de PDF	0	0%
Eventos (streaming)	0	0%
Casos de éxito	0	0%
Podcast/ audio	0	0%
Encuesta cualificada	0	0%
Total	27	100%

TONO COMUNICACIÓN	N°	%
Corporativo	0	0%
Informal	0	0%
Cercano	9	33%
Humorístico	0	0%
Demostrativo	3	11%
Testimonial	5	19%
Informativo	10	37%
Total	27	100%

ACTORES	N°	%
Colaboradores	17	63%
Embajador M.	1	4%
Líderes	1	4%
Influencer	0	0%
Ninguno	8	30%
Total	27	100%

OBJETIVO DEL POST	N°	%
Atraer Talento	20	74%
Retener Talento	7	26%
N.A.	0	0%
Total	27	100%

PROPÓSITO COMUNICATIVO	N°	%
Engagement	0	0%
Educar	1	4%
Entretener/Divertir	3	11%
Vender	1	4%
Comunicar	22	81%
Total	27	100%

Datos generales de la Empresa:

Link de perfil de LinkedIn	https://www.linkedin.com/company/real-plaza-s-a/
N° de seguidores LinkedIn	82.449 seguidores
N° de publicaciones realizadas en el 2022 (enero - junio)	25
Tamaño de la empresa (N° de empleados)	769
Sector de la empresa	Retail

N°Post	1	Fecha aprox. De posteo	11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/sup-mercados-peruanos-%E1%2E_proposito-spsa-familia-spsa-equidad-de-genero-activity-6877354243745996801-39MM?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano	x		Retener Talento Humano		N.A.	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	x	E. Confianza		Estrategia de Posicionamiento		
	E. Visibilidad		E. Expansión				
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X	
Recomendar	39	Nº comentario	2	Nº compartido	1	Foto/Flyer	x
Celebrar		Tipo de comer	1	Tipo de compartido	3	Video	
apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral	x	Eventos (streaming)	
Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar						Podcast/ audio	
Dar curiosidad						Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
							x
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
	x						
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender
						Comunicar	x



N°Post	2	Fecha de post	11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-peruanos-%E1%82%9Cconfiamos-nuestro-compromiso-con-el-planeta-activty-6979589271004512-rtic?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:																																																																																																	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano		N.A																																																																																																	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	E. Confianza E. Expansión		Estrategia de Posicionamiento		x																																																																																																	
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>63</td> <td>Nº comentarios</td> <td>2</td> <td>Nº compartido</td> <td>2</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>7</td> <td>Tipo de comentario</td> <td></td> <td>Tipo de compartido</td> <td></td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>3</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomral</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertír</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido marcar con X		Recomendar	63	Nº comentarios	2	Nº compartido	2	Foto/Flyer	x	Celebrar	7	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	3	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido marcar con X																																																																																																	
Recomendar	63	Nº comentarios	2	Nº compartido	2	Foto/Flyer	x																																																																																																
Celebrar	7	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																	
apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF																																																																																																	
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																	
Encantar	3	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																	
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																	
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender																																																																																																
N°Post	3	Fecha de post	11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-peruanos-%E1%82%9Ctu-mayor-objetivo-este-2022-activty-69849842342500352-6t57?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:																																																																																																	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano		N.A																																																																																																	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	E. Confianza E. Expansión		Estrategia de Posicionamiento		x																																																																																																	
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>178</td> <td>Nº comentarios</td> <td>6</td> <td>Nº compartido</td> <td>6</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>203</td> <td>Tipo de comentario</td> <td></td> <td>Tipo de compartido</td> <td></td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>48</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td>x</td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>9</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>84</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomral</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertír</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido marcar con X		Recomendar	178	Nº comentarios	6	Nº compartido	6	Foto/Flyer	x	Celebrar	203	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar	48	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral	x	Eventos (streaming)		Encantar	9	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	84					Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido marcar con X																																																																																																	
Recomendar	178	Nº comentarios	6	Nº compartido	6	Foto/Flyer	x																																																																																																
Celebrar	203	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																	
apoyar	48	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																	
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral	x	Eventos (streaming)																																																																																																	
Encantar	9	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																	
Interesar	84					Podcast/ audio																																																																																																	
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender																																																																																																
N°Post	5	Fecha de post	10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-peruanos-%E1%82%9Cjuntosporhacerunocampo-activty-6895017374693568512-2evA?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:																																																																																																	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano		N.A																																																																																																	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	E. Confianza E. Expansión		Estrategia de Posicionamiento		x																																																																																																	
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>60</td> <td>Nº comentarios</td> <td>0</td> <td>Nº compartido</td> <td>71</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>6</td> <td>Tipo de comentario</td> <td></td> <td>Tipo de compartido</td> <td></td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>4</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>1</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomral</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertír</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido marcar con X		Recomendar	60	Nº comentarios	0	Nº compartido	71	Foto/Flyer	x	Celebrar	6	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar	4	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	1	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido marcar con X																																																																																																	
Recomendar	60	Nº comentarios	0	Nº compartido	71	Foto/Flyer	x																																																																																																
Celebrar	6	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																	
apoyar	4	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																	
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																	
Encantar	1	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																	
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																	
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender																																																																																																
N°Post	6	Fecha de post	10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-peruanos-%E1%82%9Cclimaboreal-orgullopas-activty-6892298176129892352-HVb?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:																																																																																																	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano		N.A																																																																																																	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	E. Confianza E. Expansión		Estrategia de Posicionamiento		x																																																																																																	
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>344</td> <td>Nº comentarios</td> <td>4</td> <td>Nº compartido</td> <td>28</td> <td>Foto</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>56</td> <td>Tipo de comentario</td> <td></td> <td>Tipo de compartido</td> <td></td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>19</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomral</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertír</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido marcar con X		Recomendar	344	Nº comentarios	4	Nº compartido	28	Foto	x	Celebrar	56	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	19	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad	2					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido marcar con X																																																																																																	
Recomendar	344	Nº comentarios	4	Nº compartido	28	Foto	x																																																																																																
Celebrar	56	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																	
apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																	
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																	
Encantar	19	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																	
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																	
Dar curiosidad	2					Encuesta cualificada																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender																																																																																																
N°Post	7	Fecha de post	10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-peruanos-%E1%82%9Cestamos-orgullosos-de-ser-parte-del-%E1%82%9Cindice-activty-6985161990596419584-11CR?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:																																																																																																	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		x	Retener Talento Humano		N.A																																																																																																	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	E. Confianza E. Expansión		Estrategia de Posicionamiento		x																																																																																																	
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>65</td> <td>Nº comentarios</td> <td>1</td> <td>Nº compartido</td> <td>2</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>14</td> <td>Tipo de comentario</td> <td></td> <td>Tipo de compartido</td> <td></td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>2</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomral</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertír</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido marcar con X		Recomendar	65	Nº comentarios	1	Nº compartido	2	Foto/Flyer	x	Celebrar	14	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF		Hacer gracia	2	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido marcar con X																																																																																																	
Recomendar	65	Nº comentarios	1	Nº compartido	2	Foto/Flyer	x																																																																																																
Celebrar	14	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																	
apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF																																																																																																	
Hacer gracia	2	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																	
Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																	
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																	
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender																																																																																																

N°Post	14	Fecha de post	8 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-peruanos-n52e4n2e_desde-supermercados-peruanos-seguimos-trabajando-actividad-6916481516129262-v16?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:																																																																																																	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		Retener Talento Humano		N.A.																																																																																																		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	x	E. Confianza E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento																																																																																																			
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td></td> <td>Nº comentarios</td> <td></td> <td>Nº compartido</td> <td></td> <td>Foto/Flyer</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td></td> <td>Tipo de comentario</td> <td></td> <td>Tipo de compartido</td> <td></td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomral</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertír</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar		Nº comentarios		Nº compartido		Foto/Flyer		Celebrar		Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	x	Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido																																																																																																	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																	
Recomendar		Nº comentarios		Nº compartido		Foto/Flyer																																																																																																	
Celebrar		Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																	
apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																	
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	x																																																																																																
Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																	
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																	
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender																																																																																																
N°Post	15	Fecha de post	8 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-peruanos-n52e4n2e_en-supermercados-peruanos-estamos-muy-orgullosos-actividad-6917622080104448001-KGah?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:																																																																																																	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		Retener Talento Humano		N.A.																																																																																																		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	x	E. Confianza E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento																																																																																																			
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>246</td> <td>Nº comentario</td> <td>18</td> <td>Nº compartido</td> <td>0</td> <td>Foto/Flyer</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>59</td> <td>Tipo de comentario</td> <td></td> <td>Tipo de compartido</td> <td></td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>1</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>21</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomral</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertír</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	246	Nº comentario	18	Nº compartido	0	Foto/Flyer		Celebrar	59	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	21	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	x	Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido																																																																																																	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																	
Recomendar	246	Nº comentario	18	Nº compartido	0	Foto/Flyer																																																																																																	
Celebrar	59	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																	
apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																	
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																	
Encantar	21	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	x																																																																																																
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																	
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender																																																																																																
N°Post	16	Fecha de post	7 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-peruanos-n52e4n2e_dadadadetrabajo-actividad-6926455768793502727w9?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:																																																																																																	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		Retener Talento Humano		N.A.																																																																																																		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	x	E. Confianza E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento																																																																																																			
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>91</td> <td>Nº comentarios</td> <td>0</td> <td>Nº compartido</td> <td>7</td> <td>Foto/Flyer</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>9</td> <td>Tipo de comentario</td> <td></td> <td>Tipo de compartido</td> <td></td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>1</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>8</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomral</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertír</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	91	Nº comentarios	0	Nº compartido	7	Foto/Flyer		Celebrar	9	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	8	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido																																																																																																	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																	
Recomendar	91	Nº comentarios	0	Nº compartido	7	Foto/Flyer																																																																																																	
Celebrar	9	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																	
apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																	
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																	
Encantar	8	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																	
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																	
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender																																																																																																
N°Post	17	Fecha de post	6 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-peruanos-n52e4n2e_nadie-dijo-que-era-fuac2f1a10f-pero-nuestro-maam2c2f1a1a-actividad-6929071483495288932-v1?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:																																																																																																	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		Retener Talento Humano		N.A.																																																																																																		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	x	E. Confianza E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento																																																																																																			
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>59</td> <td>Nº comentario</td> <td>0</td> <td>Nº compartido</td> <td>4</td> <td>Foto/Flyer</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>8</td> <td>Tipo de comentario</td> <td></td> <td>Tipo de compartido</td> <td></td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>5</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomral</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertír</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	59	Nº comentario	0	Nº compartido	4	Foto/Flyer		Celebrar	8	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	5	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido																																																																																																	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																	
Recomendar	59	Nº comentario	0	Nº compartido	4	Foto/Flyer																																																																																																	
Celebrar	8	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																	
apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																	
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																	
Encantar	5	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																	
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																	
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender																																																																																																
N°Post	18	Fecha de post	6 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-peruanos-n52e4n2e_gremiosanda2022-reciclaconciente-actividad-693348041806151680-83?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Print de publicación:																																																																																																	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		Retener Talento Humano		N.A.																																																																																																		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	x	E. Confianza E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento																																																																																																			
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>36</td> <td>Nº comentario</td> <td>0</td> <td>Nº compartido</td> <td>1</td> <td>Foto/Flyer</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>11</td> <td>Tipo de comentario</td> <td></td> <td>Tipo de compartido</td> <td></td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>1</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomral</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertír</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>								Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	36	Nº comentario	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer		Celebrar	11	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar		C. Positivo		C. Positivo	x	Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	1	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Tipo de contenido																																																																																																	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																	
Recomendar	36	Nº comentario	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer																																																																																																	
Celebrar	11	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																	
apoyar		C. Positivo		C. Positivo	x	Carrusel de PDF																																																																																																	
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																	
Encantar	1	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																	
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																	
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Infomral	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertír		Vender																																																																																																

NºPost	19	Fecha de post	6 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-peruanos-%E2%82%AC_estamos-felices-de-este-%E2%82%AC-ser-augustinaciones-activy-6933818658587456-13E-7uM_source=sharebutton_member_desktop	Print de publicación:																																																																																																
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano	x		Retener Talento Humano		N.A																																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	x		Estrategia de Posicionamiento																																																																																																		
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>54</td> <td>Nº comentario</td> <td>0</td> <td>Nº compartido</td> <td>1</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>marcar con X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>7</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>1</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>5</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>5</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>							Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		Recomendar	54	Nº comentario	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer	marcar con X	Celebrar	7	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF		Hacer gracia	5	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	5	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido																																																																																																
Recomendar	54	Nº comentario	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer	marcar con X																																																																																															
Celebrar	7	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x																																																																																															
apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF																																																																																																
Hacer gracia	5	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																
Encantar	5	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																
Tono de comunicación	Corporativo	Infomal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																															
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																															
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender																																																																																															
NºPost	20	Fecha de post	7 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-peruanos-%E2%82%AC_conoce-aqu%C3%A9-n%C3%A1-ta-de-per%C3%BA-pa%C3%B3n-y-apoya-a-activy-6921501153328465202-0uT2m_source=sharebutton_member_desktop	Print de publicación:																																																																																																
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano	x		Retener Talento Humano		N.A																																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	x		Estrategia de Posicionamiento																																																																																																		
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>52</td> <td>Nº comentario</td> <td>4</td> <td>Nº compartido</td> <td>1</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>marcar con X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>7</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>1</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>2x</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>							Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		Recomendar	52	Nº comentario	4	Nº compartido	1	Foto/Flyer	marcar con X	Celebrar	7	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF		Hacer gracia	2x	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido																																																																																																
Recomendar	52	Nº comentario	4	Nº compartido	1	Foto/Flyer	marcar con X																																																																																															
Celebrar	7	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x																																																																																															
apoyar	1	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF																																																																																																
Hacer gracia	2x	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																
Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																
Tono de comunicación	Corporativo	Infomal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																															
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																															
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender																																																																																															
NºPost	21	Fecha de post	7 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-peruanos-%E2%82%AC_postula-aqu%C3%A9-n%C3%A1-activy-6920298585903168-xy-17uM_source=sharebutton_member_desktop	Print de publicación:																																																																																																
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano	x		Retener Talento Humano		N.A																																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	x		Estrategia de Posicionamiento	x																																																																																																	
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>154</td> <td>Nº comentario</td> <td>3</td> <td>Nº compartido</td> <td>37</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>marcar con X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>13</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>5</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>14</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td>x</td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>							Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		Recomendar	154	Nº comentario	3	Nº compartido	37	Foto/Flyer	marcar con X	Celebrar	13	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	apoyar	5	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF		Hacer gracia	14	C. Neutral		C. Neutral	x	Eventos (streaming)		Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido																																																																																																
Recomendar	154	Nº comentario	3	Nº compartido	37	Foto/Flyer	marcar con X																																																																																															
Celebrar	13	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x																																																																																															
apoyar	5	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF																																																																																																
Hacer gracia	14	C. Neutral		C. Neutral	x	Eventos (streaming)																																																																																																
Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																
Tono de comunicación	Corporativo	Infomal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																															
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																															
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender																																																																																															
NºPost	22	Fecha de post	6 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-peruanos-%E2%82%AC_sena-diversidad-industri%C3%A1-n-y-igualdad-de-activy-693020824572035072-6uM_source=sharebutton_member_desktop	Print de publicación:																																																																																																
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano	x		Retener Talento Humano		N.A																																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	x		Estrategia de Posicionamiento																																																																																																		
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>48</td> <td>Nº comentario</td> <td>0</td> <td>Nº compartido</td> <td>2</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>marcar con X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>5</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>2</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>4</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td>x</td> <td>Entretener/ divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>							Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		Recomendar	48	Nº comentario	0	Nº compartido	2	Foto/Flyer	marcar con X	Celebrar	5	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	apoyar	2	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF		Hacer gracia	4	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	x	Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar	x	Entretener/ divertir		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido																																																																																																
Recomendar	48	Nº comentario	0	Nº compartido	2	Foto/Flyer	marcar con X																																																																																															
Celebrar	5	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x																																																																																															
apoyar	2	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF																																																																																																
Hacer gracia	4	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	x																																																																																															
Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																
Tono de comunicación	Corporativo	Infomal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																															
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																															
Propósito comunicativo	Engagement		Educar	x	Entretener/ divertir		Vender																																																																																															
NºPost	23	Fecha de post	9 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-peruanos-%E2%82%AC_%E2%82%AC-de-la-mujer-activy-6907038797847277568-1uM_source=sharebutton_member_desktop	Print de publicación:																																																																																																
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano	x		Retener Talento Humano		N.A																																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	x		Estrategia de Posicionamiento																																																																																																		
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>97</td> <td>Nº comentario</td> <td>0</td> <td>Nº compartido</td> <td>2</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>marcar con X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>6</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>2</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>6</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>							Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		Recomendar	97	Nº comentario	0	Nº compartido	2	Foto/Flyer	marcar con X	Celebrar	6	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	apoyar	2	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF		Hacer gracia	6	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	x	Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido																																																																																																
Recomendar	97	Nº comentario	0	Nº compartido	2	Foto/Flyer	marcar con X																																																																																															
Celebrar	6	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x																																																																																															
apoyar	2	C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF																																																																																																
Hacer gracia	6	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	x																																																																																															
Encantar		C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																
Tono de comunicación	Corporativo	Infomal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																															
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																															
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender																																																																																															
NºPost	24	Fecha de post	8 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/supermercados-peruanos-%E2%82%AC_trabajar-en-supermercados-peruanos-activy-69088262449207568-fu7uM_source=sharebutton_member_desktop	Print de publicación:																																																																																																
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano	x		Retener Talento Humano	x	N.A																																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento E. Visibilidad	x		Estrategia de Posicionamiento																																																																																																		
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>40</td> <td>Nº comentario</td> <td>4</td> <td>Nº compartido</td> <td>1</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>marcar con X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td></td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>C. Positivo</td> <td>x</td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>3</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Infomal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>							Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		Recomendar	40	Nº comentario	4	Nº compartido	1	Foto/Flyer	marcar con X	Celebrar		Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x	apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF		Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	3	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	x	Interesar						Podcast/ audio		Dar curiosidad						Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Infomal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato																																																																																																
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido																																																																																																
Recomendar	40	Nº comentario	4	Nº compartido	1	Foto/Flyer	marcar con X																																																																																															
Celebrar		Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	x																																																																																															
apoyar		C. Positivo	x	C. Positivo	x	Carrusel de PDF																																																																																																
Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																
Encantar	3	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	x																																																																																															
Interesar						Podcast/ audio																																																																																																
Dar curiosidad						Encuesta cualificada																																																																																																
Tono de comunicación	Corporativo	Infomal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																															
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																															
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender																																																																																															

TIPO DE ESTRATEGIA	N°	%	TIPO DE FORMATO	N°	%
E. Lanzamiento	3	13%	Foto/Flyer	18	75%
E. Visibilidad	8	33%	Video	1	4%
E. Confianza	5	21%	Carrusel de PDF	1	4%
E. Expansión	0	0%	Eventos (streaming)	1	4%
E. Posicionamiento	8	33%	Casos de éxito	3	13%
N.A.	0	0%	Podcast/ audio	0	0%
Total	24	100%	Total	24	100%

TONO COMUNICACIÓN	N°	%	ACTORES	N°	%
Corporativo	1	4%	Colaboradores	9	38%
Informal	0	0%	Embajador M.	0	0%
Cercano	5	21%	Líderes	2	8%
Humorístico	0	0%	Influencer	0	0%
Demostrativo	2	8%	Ninguno	13	54%
Testimonial	4	17%	Total	24	100%
Informativo	12	50%			
Total	24	100%			

OBJETIVO DEL POST	N°	%	PROPÓSITO COMUNICATIVO	N°	%
Atraer Talento	15	63%	Engagement	0	0%
Retener Talento	9	38%	Educación	2	8%
N.A.	0	0%	Entretener/Divertir	1	4%
Total	24	100%	Vender	0	0%
			Comunicar	21	88%
			Total	24	100%

Datos generales de la Empresa:

Link de perfil de LinkedIn	https://www.linkedin.com/company/farmacias-peruanas/
Nº de seguidores LinkedIn	76.622 seguidores
Nº de publicaciones realizadas en el 2022 (enero - junio)	72 publicaciones
Tamaño de la empresa (Nº de empleados)	1001-5000 empleados
Sector de la empresa	Sector Farmacéutico

NºPost	1	Fecha aprox. De posteo	Hace 11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_farmaciasperuanas-equipofp-familiafp-activity-6883785959725379585-Gh9l?utm_source=share&utm_medium=member_android		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		Retener Talento Humano		N.A.	X	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A.	
						X	
	Alcance			Formato			
Reacciones	Comentarios		Compartido		Tipo de contenido		
colocar nº reacciones	Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		
Recomendar	70	Nº comentarios	0	Nº compartido	4	Foto/Flyer	
Celebrar	4	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	9	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
	X						
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
							X
Propósito comunicativo	Engagement		Educación	X	Entretener/ divertir		Vender





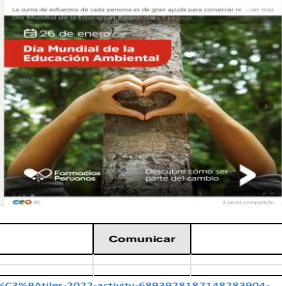

NºPost	2	Fecha aprox. De posteo	Hace 11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_convocatorias-ofertaslaborales-reclutamiento-activity-6884494772996730881-jNcM7?utm_source=share&utm_medium=member_desktop				
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			X	Retener Talento Humano				N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento			N.A	Print de publicación:
			X		X				
	Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
	colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		
	Recomendar		Nº comentarios		Nº compartido		marcar con X		
	Celebrar		Tipo de comentario		Tipo de compartido		Foto/Flyer		
	apoyar		C. Positivo		C. Positivo		Video		
	Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Carrusel de PDF		
	Encantar		C. negativo		C. negativo		Eventos (streaming)		
	Interesar						Casos de éxito		
	Dar curiosidad						Podcast/ audio		
	Tono de comunicación		Cercano		Demostrativo		Encuesta cualificada		
	Actores que intervienen		Embajador de marca		Líderes		Testimonial		
	Propósito comunicativo		Educar		Entretener/ divertir		Vender		
									X
									Comunicar
NºPost	3	Fecha aprox. De posteo	Hace 11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_sostenibilidadsomostodos-infarmamifarma-activity-6884957676371656704-Eey2?utm_source=share&utm_medium=member_desktop				
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano				Retener Talento Humano			N.A	X
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento			N.A	Print de publicación:
			X		X				
	Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
	colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		
	Recomendar		Nº comentarios		Nº compartido		marcar con X		
	Celebrar		Tipo de comentario		Tipo de compartido		Foto/Flyer		
	apoyar		C. Positivo		C. Positivo		Video		
	Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Carrusel de PDF		
	Encantar		C. negativo		C. negativo		Eventos (streaming)		
	Interesar						Casos de éxito		
	Dar curiosidad						Podcast/ audio		
	Tono de comunicación		Cercano		Demostrativo		Encuesta cualificada		
	Actores que intervienen		Embajador de marca		Líderes		Testimonial		
	Propósito comunicativo		Educar		Entretener/ divertir		Vender		
									X
									Comunicar
NºPost	4	Fecha aprox. De posteo	Hace 11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_protége-tu-salud-frente-a-la-covid-19-activity-6884967289028931584-M2V6?utm_source=share&utm_medium=member_desktop				
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano				Retener Talento Humano			N.A	X
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento			N.A	Print de publicación:
			X		X				
	Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
	colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		
	Recomendar		Nº comentarios		Nº compartido		marcar con X		
	Celebrar		Tipo de comentario		Tipo de compartido		Foto/Flyer		
	apoyar		C. Positivo		C. Positivo		Video		
	Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Carrusel de PDF		
	Encantar		C. negativo		C. negativo		Eventos (streaming)		
	Interesar						Casos de éxito		
	Dar curiosidad						Podcast/ audio		
	Tono de comunicación		Cercano		Demostrativo		Encuesta cualificada		
	Actores que intervienen		Embajador de marca		Líderes		Testimonial		
	Propósito comunicativo		Educar		Entretener/ divertir		Vender		
									X
									Comunicar
NºPost	5	Fecha aprox. De posteo	Hace 11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_farmaciasperuanas-equipo-fp-indeci-activity-6885232684012990465-w2-B7?utm_source=share&utm_medium=member_desktop				
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano				Retener Talento Humano			N.A	X
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento			N.A	Print de publicación:
			X		X				
	Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
	colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		
	Recomendar		Nº comentarios		Nº compartido		marcar con X		
	Celebrar		Tipo de comentario		Tipo de compartido		Foto/Flyer		
	apoyar		C. Positivo		C. Positivo		Video		
	Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Carrusel de PDF		
	Encantar		C. negativo		C. negativo		Eventos (streaming)		
	Interesar						Casos de éxito		
	Dar curiosidad						Podcast/ audio		
	Tono de comunicación		Cercano		Demostrativo		Encuesta cualificada		
	Actores que intervienen		Embajador de marca		Líderes		Testimonial		
	Propósito comunicativo		Educar		Entretener/ divertir		Vender		
									X
									Comunicar
NºPost	6	Fecha aprox. De posteo	Hace 11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_d%C3%ADas-internacionales-de-la-salud-activity-6885309810053550080-jGb7?utm_source=share&utm_medium=member_desktop				
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano				Retener Talento Humano			N.A	X
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento			N.A	Print de publicación:
		X			X				
	Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
	colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		
	Recomendar		Nº comentarios		Nº compartido		marcar con X		
	Celebrar		Tipo de comentario		Tipo de compartido		Foto/Flyer		
	apoyar		C. Positivo		C. Positivo		Video		
	Hacer gracia		C. Neutral		C. Neutral		Carrusel de PDF		
	Encantar		C. negativo		C. negativo		Eventos (streaming)		
	Interesar						Casos de éxito		
	Dar curiosidad						Podcast/ audio		
	Tono de comunicación		Cercano		Demostrativo		Encuesta cualificada		
	Actores que intervienen		Embajador de marca		Líderes		Testimonial		
	Propósito comunicativo		Educar		Entretener/ divertir		Vender		
									X
									Comunicar

NºPost	7	Fecha aprox. De posteo	Hace 11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_tantay-diversidad-inclusiaen-activity-6887031403226132481-gnev?utm_source=share&utm_medium=member_desktop				
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			X	Retener Talento Humano				N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento			N.A	Print de publicación:
	X		X						
	Alcance		Comentarios		Compartido		Formato		
	colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido marcar con X		
Recomendar	40	Nº comentarios	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer	X		
Celebrar	5	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video			
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF			
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)			
Encantar	2	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito			
Interesar	0					Podcast/ audio			
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada			
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo		
	X								
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno		
							X		
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educación		Entretener/ divertir		Vender		Comunicar

NºPost	8	Fecha aprox. De posteo	Hace 11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_13enero-daedamundialdelaluchacontraledepresiaen-activity-6887482593109938176-XIA?utm_source=share&utm_medium=member_desktop					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano				Retener Talento Humano				N.A	X
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento			N.A	Print de publicación:	
								X		
	Alcance		Comentarios		Compartido		Formato			
	colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido marcar con X			
Recomendar	241	Nº comentarios	0	Nº compartido	17	Foto/Flyer	X			
Celebrar	2	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video				
apoyar	28	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF				
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)				
Encantar	12	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito				
Interesar	0					Podcast/ audio				
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada				
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo			
							X			
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno			
							X			
Propósito comunicativo	Engagement		Educación	X	Entretener/ divertir		Vender		Comunicar	

NºPost	9	Fecha aprox. De posteo	Hace 11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_familiaf-veranocansas-vacacionesaetlles-activity-6887779089986396160-X50?utm_source=share&utm_medium=member_desktop					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano				Retener Talento Humano			X	N.A	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento			N.A	Print de publicación:	
	X									
	Alcance		Comentarios		Compartido		Formato			
	colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido marcar con X			
Recomendar	50	Nº comentarios	1	Nº compartido	1	Foto/Flyer				
Celebrar	4	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video				
apoyar	0	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF				
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)				
Encantar	5	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito				
Interesar	0					Podcast/ audio				
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada				
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo			
							X			
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno			
							X			
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educación		Entretener/ divertir		Vender		Comunicar	

NºPost	10	Fecha aprox. De posteo	Hace 11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_5-tips-para-mejorar-tu-empleabilidad-activity-6888919584628326400-mvk4?utm_source=share&utm_medium=member_desktop					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			X	Retener Talento Humano				N.A	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento			N.A	Print de publicación:	
								X		
	Alcance		Comentarios		Compartido		Formato			
	colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido marcar con X			
Recomendar	65	Nº comentarios	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer				
Celebrar	0	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video				
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF				
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)				
Encantar	1	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito				
Interesar	1					Podcast/ audio				
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada				
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo			
							X			
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno			
							X			
Propósito comunicativo	Engagement		Educación	X	Entretener/ divertir		Vender		Comunicar	

NºPost	11	Fecha aprox. De posteo	Hace 11 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_aniversariodelima_peranq487aaehos-activity-68893208113027780437_4145W?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		Retener Talento Humano		N.A	X	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	
						X	Print de publicación:
	Alcance		Compartido		Formato		
Reacciones	Comentarios		Rellenar información		Tipo de contenido		
colocar nº reacciones	Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		
Recomendar	59	Nº comentarios	0	Nº compartido	0	Foto/Flyer	X
Celebrar	8	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	7	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Lideres	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender
							
NºPost	12	Fecha aprox. De posteo	Hace 10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_d%C3%ADa-internacional-de-la-educaci%C3%B3n-activity-6891511961813942272_uwv?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		Retener Talento Humano		N.A	X	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	
						X	Print de publicación:
	Alcance		Compartido		Formato		
Reacciones	Comentarios		Rellenar información		Tipo de contenido		
colocar nº reacciones	Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		
Recomendar	20	Nº comentarios	0	Nº compartido	0	Foto/Flyer	X
Celebrar	2	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	X
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	2	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Lideres	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender
							
NºPost	13	Fecha aprox. De posteo	Hace 10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_familiafp_familiafp-equipofp-activity-6891788218183098368_H4QO?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		Retener Talento Humano		N.A	X	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	
						X	Print de publicación:
	Alcance		Compartido		Formato		
Reacciones	Comentarios		Rellenar información		Tipo de contenido		
colocar nº reacciones	Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		
Recomendar	120	Nº comentarios	8	Nº compartido	2	Foto/Flyer	X
Celebrar	112	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
apoyar	1	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)	
Encantar	19	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	43					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Lideres	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender
							
NºPost	14	Fecha aprox. De posteo	Hace 10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_d%C3%ADa-mundial-de-la-educaci%C3%B3n-ambiental-activity-6892162878112116738-0bD5?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		Retener Talento Humano		N.A	X	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	
						X	Print de publicación:
	Alcance		Compartido		Formato		
Reacciones	Comentarios		Rellenar información		Tipo de contenido		
colocar nº reacciones	Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		
Recomendar	35	Nº comentarios	0	Nº compartido	3	Foto/Flyer	X
Celebrar	3	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	X
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	2	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Lideres	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertir		Vender
							
NºPost	15	Fecha aprox. De posteo	Hace 10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_vacaciones-%C3%BAtiles-2022-activity-6893928187148283904-888N?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano		Retener Talento Humano		N.A	X	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	
						X	Print de publicación:
	Alcance		Compartido		Formato		
Reacciones	Comentarios		Rellenar información		Tipo de contenido		
colocar nº reacciones	Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		
Recomendar	44	Nº comentarios	2	Nº compartido	0	Foto/Flyer	X
Celebrar	6	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	X
Hacer gracia	0	C. Neutral	X	C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	7	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Lideres	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender
							

NºPost	16	Fecha aprox. De posteo	Hace 10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_ls-n96C35811-y-el-covid19-c3633mo-protoger-su-activity-6884350782209040386-Dy9D?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano		N.A	X
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	Print de publicación:
						X	
	Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato
	colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido
Recomendar	38	Nº comentarios	0	Nº compartido	0	Foto/Flyer	marcar con X
Celebrar	1	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	X
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	0	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	1					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertir		Vender

NºPost	17	Fecha aprox. De posteo	Hace 10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_familiafe-argulofp-reconocimiento-activity-68843501374042632160-83a17?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			X	Retener Talento Humano	N.A	X
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	Print de publicación:
						X	
	Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato
	colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido
Recomendar	80	Nº comentarios	2	Nº compartido	2	Foto/Flyer	X
Celebrar	17	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
apoyar	0	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)	
Encantar	5	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender

NºPost	18	Fecha aprox. De posteo	Hace 10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_diaamundialcontraelcancer-farmaciasperuanas-activity-6895471130069516288-tv3?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano		N.A	X
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	Print de publicación:
						X	
	Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato
	colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido
Recomendar	38	Nº comentarios	0	Nº compartido	0	Foto/Flyer	X
Celebrar	1	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	0	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	1					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertir		Vender

NºPost	19	Fecha aprox. De posteo	Hace 10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_aniversariodeloreto-156años-activity-6896565245111707648-9rgv?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano		N.A	X
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	Print de publicación:
						X	
	Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato
	colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido
Recomendar	35	Nº comentarios	1	Nº compartido	1	Foto/Flyer	X
Celebrar	3	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
apoyar	0	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)	
Encantar	3	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender

NºPost	20	Fecha aprox. De posteo	Hace 10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_somosintercorp-activity-6897182566240055297-TOB_?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			X	Retener Talento Humano	N.A	X
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	Print de publicación:
		X					
	Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato
	colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido
Recomendar	32	Nº comentarios	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer	X
Celebrar	0	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)	
Encantar	0	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender

NºPost	21	Fecha aprox. De posteo	Hace 10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_d%C3%ADa-internacional-de-la-mujer-y-la-ni%C3%B1a-en-activi-5897922861151903745-145z7utm_source=share&utm_medium=member_desktop			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			N.A	X
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento		N.A	Print de publicación:
								X
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		marcar con X
Recomendar	30	Nº comentarios	0	Nº compartido	3	Foto/Flyer		
Celebrar	4	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	4	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	X	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	1	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	0					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
								X
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
								X
Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertir		Vender	Comunicar

NºPost	22	Fecha aprox. De posteo	Hace 10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_d%C3%ADa-internacional-del-c%C3%A1ncer-infantil-activi-5899347806746669057-F3257utm_source=share&utm_medium=member_desktop			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			N.A	X
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento		N.A	Print de publicación:
								X
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		marcar con X
Recomendar	39	Nº comentarios	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer		
Celebrar	0	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	4	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	X	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	0	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	0					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
								X
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
								X
Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertir		Vender	Comunicar

NºPost	23	Fecha aprox. De posteo	Hace 10 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_infafarma-mifarma-activity-6899443769054150655-MaDf7utm_source=share&utm_medium=member_desktop			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			X	Retener Talento Humano			N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento		N.A	Print de publicación:
								X
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		marcar con X
Recomendar	113	Nº comentarios	2	Nº compartido	1	Foto/Flyer	X	
Celebrar	3	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF		
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	X	
Encantar	9	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	0					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
								X
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
								X
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar

NºPost	24	Fecha aprox. De posteo	Hace 09 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_segumos-creando-espacios-seguros-para-tod-activi-5899762018740756480-kpfz7utm_source=share&utm_medium=member_desktop			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X	N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento		N.A	Print de publicación:
								X
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		marcar con X
Recomendar	51	Nº comentarios	0	Nº compartido	4	Foto/Flyer		
Celebrar	5	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	X	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	4	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	0					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
								X
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	
								X
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar
								X

NºPost	25	Fecha aprox. De posteo	Hace 09 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_familiafp-equipofp-rankingpar-activity-6900434573671378944-BUjP?utm_source=share&utm_medium=member_desktop				
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			X	Retener Talento Humano			N.A	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento		N.A		
					Print de publicación:				
					X				
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato			
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido			
Recomendar	32	Nº comentarios	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer	X		
Celebrar	7	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video			
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF			
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)			
Encantar	6	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito			
Interesar	0					Podcast/ audio			
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada			
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo		
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno		
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender		
					Comunicar				
					X				
NºPost	26	Fecha aprox. De posteo	Hace 09 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_d%C3%ADa-internacional-del-s%C3%ADndrome-de-asperger-activity-6900488283340505089-2017?utm_source=share&utm_medium=member_desktop			N.A X	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano				Retener Talento Humano				
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento		N.A		
					Print de publicación:				
					X				
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato			
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido			
Recomendar	72	Nº comentarios	0	Nº compartido	3	Foto/Flyer			
Celebrar	2	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video			
apoyar	9	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	X		
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)			
Encantar	3	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito			
Interesar	0					Podcast/ audio			
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada			
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo		
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno		
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender		
					Comunicar				
					X				
NºPost	27	Fecha aprox. De posteo	Hace 09 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_nuestra-familiafp-sigue-creciendo-activity-6901537257602252800-zpWc?utm_source=share&utm_medium=member_desktop			X N.A	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano				Retener Talento Humano				
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento		N.A		
					Print de publicación:				
					X				
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato			
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido			
Recomendar	83	Nº comentarios	1	Nº compartido	0	Foto/Flyer			
Celebrar	9	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X		
apoyar	1	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF			
Hacer gracia	0	C. Neutral	X	C. Neutral		Eventos (streaming)			
Encantar	8	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito			
Interesar	0					Podcast/ audio			
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada			
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo		
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno		
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender		
					Comunicar				
					X				
NºPost	28	Fecha aprox. De posteo	Hace 09 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_consejos-para-un-retorno-a-clases-seguro-activity-6902006684605140992-o2v7?utm_source=share&utm_medium=member_desktop			N.A X	
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano				Retener Talento Humano				
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento		N.A		
					Print de publicación:				
					X				
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato			
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido			
Recomendar	43	Nº comentarios	1	Nº compartido	1	Foto/Flyer			
Celebrar	0	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video			
apoyar	1	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	X		
Hacer gracia	0	C. Neutral	X	C. Neutral	X	Eventos (streaming)			
Encantar	0	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito			
Interesar	1					Podcast/ audio			
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada			
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo		
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno		
Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertir		Vender		
					Comunicar				
					X				

NºPost	29	Fecha aprox. De posteo	Hace 09 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_farmaciasperuanas_tips-bienestar-activity-6902359279014088701-vR6v7utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	
Reacciones	Alcance		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones	Comentarios		Rellenar información		Tipo de contenido		
Recomendar	48	Nº comentarios	0	Nº compartido	0	Foto/Flyer	
Celebrar	3	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	1	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement		Educación	X	Entretener/ divertirse		Vender



NºPost	30	Fecha aprox. De posteo	Hace 09 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_d%C3%ADa-contra-el-hostigamiento-sexual-en-el-activity-6902714320743758348-0uvt7utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	
Reacciones	Alcance		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones	Comentarios		Rellenar información		Tipo de contenido		
Recomendar	52	Nº comentarios	0	Nº compartido	2	Foto/Flyer	
Celebrar	4	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)	
Encantar	2	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement		Educación		Entretener/ divertirse		Vender



NºPost	31	Fecha aprox. De posteo	Hace 09 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_conoce-nuestra-estrategia-de-sostenibilidad-activity-6904195028780929024-R6n07utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	
Reacciones	Alcance		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones	Comentarios		Rellenar información		Tipo de contenido		
Recomendar	58	Nº comentarios	0	Nº compartido	2	Foto/Flyer	
Celebrar	1	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)	
Encantar	5	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	1					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educación		Entretener/ divertirse		Vender








NºPost	32	Fecha aprox. De posteo	Hace 09 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_d%C3%ADa-de-la-cero-discriminaci%C3%B3n-activity-6904486643122679810-HQm07utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	
Reacciones	Alcance		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones	Comentarios		Rellenar información		Tipo de contenido		
Recomendar	24	Nº comentarios	0	Nº compartido	2	Foto/Flyer	
Celebrar	0	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
apoyar	1	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)	
Encantar	2	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	1					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement		Educación	X	Entretener/ divertirse		Vender



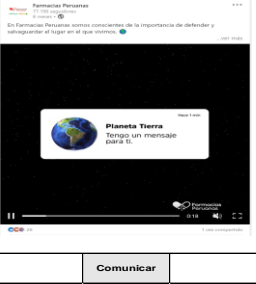
NºPost	33	Fecha aprox. De posteo	Hace 09 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_culminamos-nuestras-vacaciones-%C3%BAtiles-2022-activity-6905158620946722816-r2UN7utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	
Reacciones	Alcance		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones	Comentarios		Rellenar información		Tipo de contenido		
Recomendar	21	Nº comentarios	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer	
Celebrar	2	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	2	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educación		Entretener/ divertirse		Vender



NºPost	34	Fecha aprox. De posteo	Hace 09 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_sintonizados-farmaciasperuanas-equipof-activity-6905538812198678529-live?utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X	N.A.																																																																																													
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A.	Print de publicación:																																																																																														
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Alcance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th>colocar nº reacciones</th> <th>Comentarios</th> <th>Reellenar información</th> <th>Reellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td><td>113</td><td>Nº comentarios</td><td>12</td><td>Nº compartido</td><td>3</td><td>Foto/Flyer</td><td>X</td></tr> <tr> <td>Celebrar</td><td>7</td><td colspan="2">Tipo de comentario</td><td colspan="2">Tipo de compartido</td><td>Video</td><td></td></tr> <tr> <td>apoyar</td><td>0</td><td>C. Positivo</td><td>X</td><td>C. Positivo</td><td></td><td>Carrusel de PDF</td><td></td></tr> <tr> <td>Hacer gracia</td><td>0</td><td>C. Neutral</td><td></td><td>C. Neutral</td><td>X</td><td>Eventos (streaming)</td><td></td></tr> <tr> <td>Encantar</td><td>2</td><td>C. negativo</td><td></td><td>C. negativo</td><td></td><td>Casos de éxito</td><td></td></tr> <tr> <td>Interesar</td><td>1</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td>Podcast/ audio</td><td></td></tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td><td>0</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td>Encuesta cualificada</td><td></td></tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td><td>Corporativo</td><td>Informal</td><td>Cercano</td><td>Humorístico</td><td>Demostrativo</td><td>Testimonial</td><td>Informativo</td></tr> <tr> <td>Atores que intervienen</td><td colspan="2">Colaboradores</td><td colspan="2">Embajador de marca</td><td>Líderes</td><td>Influencer</td><td>Ninguno</td></tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td><td>Engagement</td><td></td><td>Educar</td><td></td><td>Entretener/ divertirse</td><td>Vender</td><td>Comunicar</td><td>X</td></tr> </tbody> </table>								Reacciones	Alcance		Compartido		Formato		colocar nº reacciones	Comentarios	Reellenar información	Reellenar información	Tipo de contenido		Recomendar	113	Nº comentarios	12	Nº compartido	3	Foto/Flyer	X	Celebrar	7	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar	0	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		Encantar	2	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	1					Podcast/ audio		Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Atores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertirse	Vender	Comunicar	X
Reacciones	Alcance		Compartido		Formato																																																																																																
	colocar nº reacciones	Comentarios	Reellenar información	Reellenar información	Tipo de contenido																																																																																																
Recomendar	113	Nº comentarios	12	Nº compartido	3	Foto/Flyer	X																																																																																														
Celebrar	7	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																															
apoyar	0	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																															
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)																																																																																															
Encantar	2	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																															
Interesar	1					Podcast/ audio																																																																																															
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada																																																																																															
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																														
Atores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																														
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertirse	Vender	Comunicar	X																																																																																													
																																																																																																					
NºPost	35	Fecha aprox. De posteo	Hace 09 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_dif%C3%ADa-internacional-de-la-mujer-activity-6907013682816284912-al2?utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			X	Retener Talento Humano			N.A.																																																																																													
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A.	Print de publicación:																																																																																														
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Alcance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th>colocar nº reacciones</th> <th>Comentarios</th> <th>Reellenar información</th> <th>Reellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td><td>55</td><td>Nº comentarios</td><td>0</td><td>Nº compartido</td><td>1</td><td>Foto/Flyer</td><td>marcar con X</td></tr> <tr> <td>Celebrar</td><td>6</td><td colspan="2">Tipo de comentario</td><td colspan="2">Tipo de compartido</td><td>Video</td><td></td></tr> <tr> <td>apoyar</td><td>2</td><td>C. Positivo</td><td></td><td>C. Positivo</td><td></td><td>Carrusel de PDF</td><td>X</td></tr> <tr> <td>Hacer gracia</td><td>0</td><td>C. Neutral</td><td></td><td>C. Neutral</td><td>X</td><td>Eventos (streaming)</td><td></td></tr> <tr> <td>Encantar</td><td>9</td><td>C. negativo</td><td></td><td>C. negativo</td><td></td><td>Casos de éxito</td><td></td></tr> <tr> <td>Interesar</td><td>0</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td>Podcast/ audio</td><td></td></tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td><td>0</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td>Encuesta cualificada</td><td></td></tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td><td>Corporativo</td><td>Informal</td><td>Cercano</td><td>Humorístico</td><td>Demostrativo</td><td>Testimonial</td><td>Informativo</td></tr> <tr> <td>Atores que intervienen</td><td colspan="2">Colaboradores</td><td colspan="2">Embajador de marca</td><td>Líderes</td><td>Influencer</td><td>Ninguno</td></tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td><td>Engagement</td><td></td><td>Educar</td><td></td><td>Entretener/ divertirse</td><td>Vender</td><td>Comunicar</td><td>X</td></tr> </tbody> </table>								Reacciones	Alcance		Compartido		Formato		colocar nº reacciones	Comentarios	Reellenar información	Reellenar información	Tipo de contenido		Recomendar	55	Nº comentarios	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer	marcar con X	Celebrar	6	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar	2	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	X	Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		Encantar	9	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0					Podcast/ audio		Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Atores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertirse	Vender	Comunicar	X
Reacciones	Alcance		Compartido		Formato																																																																																																
	colocar nº reacciones	Comentarios	Reellenar información	Reellenar información	Tipo de contenido																																																																																																
Recomendar	55	Nº comentarios	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer	marcar con X																																																																																														
Celebrar	6	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																															
apoyar	2	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	X																																																																																														
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)																																																																																															
Encantar	9	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																															
Interesar	0					Podcast/ audio																																																																																															
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada																																																																																															
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																														
Atores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																														
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertirse	Vender	Comunicar	X																																																																																													
																																																																																																					
NºPost	36	Fecha aprox. De posteo	Hace 09 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_infarma-mifarma-farmaciasperuanas-activity-6907810325249572865-5fp?utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X	N.A.																																																																																													
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A.	Print de publicación:																																																																																														
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Alcance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th>colocar nº reacciones</th> <th>Comentarios</th> <th>Reellenar información</th> <th>Reellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td><td>57</td><td>Nº comentarios</td><td>0</td><td>Nº compartido</td><td>0</td><td>Foto/Flyer</td><td>marcar con X</td></tr> <tr> <td>Celebrar</td><td>7</td><td colspan="2">Tipo de comentario</td><td colspan="2">Tipo de compartido</td><td>Video</td><td></td></tr> <tr> <td>apoyar</td><td>0</td><td>C. Positivo</td><td></td><td>C. Positivo</td><td></td><td>Carrusel de PDF</td><td></td></tr> <tr> <td>Hacer gracia</td><td>0</td><td>C. Neutral</td><td></td><td>C. Neutral</td><td></td><td>Eventos (streaming)</td><td></td></tr> <tr> <td>Encantar</td><td>0</td><td>C. negativo</td><td></td><td>C. negativo</td><td></td><td>Casos de éxito</td><td></td></tr> <tr> <td>Interesar</td><td>0</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td>Podcast/ audio</td><td></td></tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td><td>0</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td>Encuesta cualificada</td><td></td></tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td><td>Corporativo</td><td>Informal</td><td>Cercano</td><td>Humorístico</td><td>Demostrativo</td><td>Testimonial</td><td>Informativo</td></tr> <tr> <td>Atores que intervienen</td><td colspan="2">Colaboradores</td><td colspan="2">Embajador de marca</td><td>Líderes</td><td>Influencer</td><td>Ninguno</td></tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td><td>Engagement</td><td></td><td>Educar</td><td></td><td>Entretener/ divertirse</td><td>Vender</td><td>Comunicar</td><td>X</td></tr> </tbody> </table>								Reacciones	Alcance		Compartido		Formato		colocar nº reacciones	Comentarios	Reellenar información	Reellenar información	Tipo de contenido		Recomendar	57	Nº comentarios	0	Nº compartido	0	Foto/Flyer	marcar con X	Celebrar	7	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	0	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0					Podcast/ audio		Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Atores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertirse	Vender	Comunicar	X
Reacciones	Alcance		Compartido		Formato																																																																																																
	colocar nº reacciones	Comentarios	Reellenar información	Reellenar información	Tipo de contenido																																																																																																
Recomendar	57	Nº comentarios	0	Nº compartido	0	Foto/Flyer	marcar con X																																																																																														
Celebrar	7	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																															
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																															
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																															
Encantar	0	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																															
Interesar	0					Podcast/ audio																																																																																															
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada																																																																																															
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																														
Atores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																														
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertirse	Vender	Comunicar	X																																																																																													
																																																																																																					
NºPost	37	Fecha aprox. De posteo	Hace 09 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_charlas-en-el-marco-del-4%C3%A9dadelamujer-activity-6908132177264164864-Amph?utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X	N.A.																																																																																													
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A.	Print de publicación:																																																																																														
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Alcance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th>colocar nº reacciones</th> <th>Comentarios</th> <th>Reellenar información</th> <th>Reellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td><td>29</td><td>Nº comentarios</td><td>0</td><td>Nº compartido</td><td>3</td><td>Foto/Flyer</td><td>marcar con X</td></tr> <tr> <td>Celebrar</td><td>2</td><td colspan="2">Tipo de comentario</td><td colspan="2">Tipo de compartido</td><td>Video</td><td></td></tr> <tr> <td>apoyar</td><td>4</td><td>C. Positivo</td><td></td><td>C. Positivo</td><td></td><td>Carrusel de PDF</td><td></td></tr> <tr> <td>Hacer gracia</td><td>0</td><td>C. Neutral</td><td></td><td>C. Neutral</td><td>X</td><td>Eventos (streaming)</td><td></td></tr> <tr> <td>Encantar</td><td>1</td><td>C. negativo</td><td></td><td>C. negativo</td><td></td><td>Casos de éxito</td><td>X</td></tr> <tr> <td>Interesar</td><td>0</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td>Podcast/ audio</td><td></td></tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td><td>0</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td>Encuesta cualificada</td><td></td></tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td><td>Corporativo</td><td>Informal</td><td>Cercano</td><td>Humorístico</td><td>Demostrativo</td><td>Testimonial</td><td>Informativo</td></tr> <tr> <td>Atores que intervienen</td><td colspan="2">Colaboradores</td><td colspan="2">Embajador de marca</td><td>Líderes</td><td>Influencer</td><td>Ninguno</td></tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td><td>Engagement</td><td></td><td>Educar</td><td>X</td><td>Entretener/ divertirse</td><td>Vender</td><td>Comunicar</td><td>X</td></tr> </tbody> </table>								Reacciones	Alcance		Compartido		Formato		colocar nº reacciones	Comentarios	Reellenar información	Reellenar información	Tipo de contenido		Recomendar	29	Nº comentarios	0	Nº compartido	3	Foto/Flyer	marcar con X	Celebrar	2	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar	4	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		Encantar	1	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	X	Interesar	0					Podcast/ audio		Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Atores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertirse	Vender	Comunicar	X
Reacciones	Alcance		Compartido		Formato																																																																																																
	colocar nº reacciones	Comentarios	Reellenar información	Reellenar información	Tipo de contenido																																																																																																
Recomendar	29	Nº comentarios	0	Nº compartido	3	Foto/Flyer	marcar con X																																																																																														
Celebrar	2	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																															
apoyar	4	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																															
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)																																																																																															
Encantar	1	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	X																																																																																														
Interesar	0					Podcast/ audio																																																																																															
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada																																																																																															
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																														
Atores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																														
Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertirse	Vender	Comunicar	X																																																																																													
																																																																																																					
NºPost	38	Fecha aprox. De posteo	Hace 09 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_familiaf-farmaciasperuanas-equipof-activity-6909152627972820992-wm5E?utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X	N.A.																																																																																													
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A.	Print de publicación:																																																																																														
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Alcance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th>colocar nº reacciones</th> <th>Comentarios</th> <th>Reellenar información</th> <th>Reellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td><td>132</td><td>Nº comentarios</td><td>0</td><td>Nº compartido</td><td>2</td><td>Foto/Flyer</td><td>marcar con X</td></tr> <tr> <td>Celebrar</td><td>15</td><td colspan="2">Tipo de comentario</td><td colspan="2">Tipo de compartido</td><td>Video</td><td>X</td></tr> <tr> <td>apoyar</td><td>1</td><td>C. Positivo</td><td></td><td>C. Positivo</td><td></td><td>Carrusel de PDF</td><td></td></tr> <tr> <td>Hacer gracia</td><td>0</td><td>C. Neutral</td><td></td><td>C. Neutral</td><td>X</td><td>Eventos (streaming)</td><td></td></tr> <tr> <td>Encantar</td><td>6</td><td>C. negativo</td><td></td><td>C. negativo</td><td></td><td>Casos de éxito</td><td></td></tr> <tr> <td>Interesar</td><td>0</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td>Podcast/ audio</td><td></td></tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td><td>0</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td>Encuesta cualificada</td><td></td></tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td><td>Corporativo</td><td>Informal</td><td>Cercano</td><td>Humorístico</td><td>Demostrativo</td><td>Testimonial</td><td>Informativo</td></tr> <tr> <td>Atores que intervienen</td><td colspan="2">Colaboradores</td><td colspan="2">Embajador de marca</td><td>Líderes</td><td>Influencer</td><td>Ninguno</td></tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td><td>Engagement</td><td>X</td><td>Educar</td><td></td><td>Entretener/ divertirse</td><td>Vender</td><td>Comunicar</td><td>X</td></tr> </tbody> </table>								Reacciones	Alcance		Compartido		Formato		colocar nº reacciones	Comentarios	Reellenar información	Reellenar información	Tipo de contenido		Recomendar	132	Nº comentarios	0	Nº compartido	2	Foto/Flyer	marcar con X	Celebrar	15	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X	apoyar	1	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		Encantar	6	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0					Podcast/ audio		Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Atores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertirse	Vender	Comunicar	X
Reacciones	Alcance		Compartido		Formato																																																																																																
	colocar nº reacciones	Comentarios	Reellenar información	Reellenar información	Tipo de contenido																																																																																																
Recomendar	132	Nº comentarios	0	Nº compartido	2	Foto/Flyer	marcar con X																																																																																														
Celebrar	15	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X																																																																																														
apoyar	1	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																															
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)																																																																																															
Encantar	6	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																															
Interesar	0					Podcast/ audio																																																																																															
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada																																																																																															
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																														
Atores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																														
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertirse	Vender	Comunicar	X																																																																																													
																																																																																																					

NºPost	39	Fecha aprox. De posteo	Hace 08 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_sintonizadas-supplychain-farmaciasperuanas-activity-6910000894503741889-n5h7utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																														
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X	N.A	Print de publicación:																																																																																																										
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A																																																																																																													
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Alcance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>170</td> <td>Nº comentarios</td> <td>1</td> <td>Nº compartido</td> <td>3</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>12</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>2</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td>X</td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>14</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>0</td> <td colspan="6">Podcast/ audio</td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>0</td> <td colspan="6">Encuesta cualificada</td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td>X</td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>												Reacciones		Alcance		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	170	Nº comentarios	1	Nº compartido	3	Foto/Flyer	X	Celebrar	12	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar	2	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		Encantar	14	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0	Podcast/ audio						Dar curiosidad	0	Encuesta cualificada						Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender
Reacciones		Alcance		Compartido		Formato																																																																																																													
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido																																																																																																													
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																													
Recomendar	170	Nº comentarios	1	Nº compartido	3	Foto/Flyer	X																																																																																																												
Celebrar	12	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																													
apoyar	2	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																													
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)																																																																																																													
Encantar	14	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																													
Interesar	0	Podcast/ audio																																																																																																																	
Dar curiosidad	0	Encuesta cualificada																																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																												
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																												
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender																																																																																																												
NºPost	40	Fecha aprox. De posteo	Hace 08 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_dsedmundialdesedndromededown-sedndromededown-activity-691124029471410689-XINU/7utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																														
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano				N.A	X	Print de publicación:																																																																																																									
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	X																																																																																																												
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Alcance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>492</td> <td>Nº comentarios</td> <td>2</td> <td>Nº compartido</td> <td>5</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>15</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>21</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td>X</td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>42</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>0</td> <td colspan="6">Podcast/ audio</td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>0</td> <td colspan="6">Encuesta cualificada</td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td>X</td> <td>Entretener/ divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>												Reacciones		Alcance		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	492	Nº comentarios	2	Nº compartido	5	Foto/Flyer	X	Celebrar	15	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar	21	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		Encantar	42	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0	Podcast/ audio						Dar curiosidad	0	Encuesta cualificada						Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertir		Vender
Reacciones		Alcance		Compartido		Formato																																																																																																													
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido																																																																																																													
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																													
Recomendar	492	Nº comentarios	2	Nº compartido	5	Foto/Flyer	X																																																																																																												
Celebrar	15	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																													
apoyar	21	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																													
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)																																																																																																													
Encantar	42	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																													
Interesar	0	Podcast/ audio																																																																																																																	
Dar curiosidad	0	Encuesta cualificada																																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																												
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																												
Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertir		Vender																																																																																																												
NºPost	41	Fecha aprox. De posteo	Hace 08 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_infarma-mifarma-activity-6912452430366429184-g807utm_source=share&utm_medium=member_desktop				X	N.A	Print de publicación:																																																																																																								
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X	N.A	Print de publicación:																																																																																																										
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	X																																																																																																												
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Alcance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>256</td> <td>Nº comentarios</td> <td>7</td> <td>Nº compartido</td> <td>3</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>15</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>1</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td>X</td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>14</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>0</td> <td colspan="6">Podcast/ audio</td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>0</td> <td colspan="6">Encuesta cualificada</td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td>X</td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>												Reacciones		Alcance		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	256	Nº comentarios	7	Nº compartido	3	Foto/Flyer	X	Celebrar	15	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar	1	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		Encantar	14	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0	Podcast/ audio						Dar curiosidad	0	Encuesta cualificada						Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender
Reacciones		Alcance		Compartido		Formato																																																																																																													
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido																																																																																																													
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																													
Recomendar	256	Nº comentarios	7	Nº compartido	3	Foto/Flyer	X																																																																																																												
Celebrar	15	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																													
apoyar	1	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																													
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)																																																																																																													
Encantar	14	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																													
Interesar	0	Podcast/ audio																																																																																																																	
Dar curiosidad	0	Encuesta cualificada																																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																												
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																												
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender																																																																																																												
NºPost	42	Fecha aprox. De posteo	Hace 08 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_en-farmacias-peruanas-creemos-en-un-mundo-activity-6912845246619947008-ey87utm_source=share&utm_medium=member_desktop					N.A	Print de publicación:																																																																																																								
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			X	Retener Talento Humano				N.A	Print de publicación:																																																																																																									
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	X																																																																																																												
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Alcance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>59</td> <td>Nº comentarios</td> <td>2</td> <td>Nº compartido</td> <td>3</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>5</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>1</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td>X</td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>8</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>0</td> <td colspan="6">Podcast/ audio</td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>0</td> <td colspan="6">Encuesta cualificada</td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td>X</td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>												Reacciones		Alcance		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	59	Nº comentarios	2	Nº compartido	3	Foto/Flyer	X	Celebrar	5	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar	1	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		Encantar	8	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0	Podcast/ audio						Dar curiosidad	0	Encuesta cualificada						Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender
Reacciones		Alcance		Compartido		Formato																																																																																																													
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido																																																																																																													
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																													
Recomendar	59	Nº comentarios	2	Nº compartido	3	Foto/Flyer	X																																																																																																												
Celebrar	5	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																													
apoyar	1	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																													
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)																																																																																																													
Encantar	8	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																													
Interesar	0	Podcast/ audio																																																																																																																	
Dar curiosidad	0	Encuesta cualificada																																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																												
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																												
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender																																																																																																												
NºPost	43	Fecha aprox. De posteo	Hace 08 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_orgullo-farmacias-peruanas-activity-691223658829021184-v9p92utm_source=share&utm_medium=member_desktop				X	N.A	Print de publicación:																																																																																																								
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X	N.A	Print de publicación:																																																																																																										
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	X																																																																																																												
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Alcance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>92</td> <td>Nº comentarios</td> <td>5</td> <td>Nº compartido</td> <td>1</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>18</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>1</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>9</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>0</td> <td colspan="6">Podcast/ audio</td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>0</td> <td colspan="6">Encuesta cualificada</td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertir</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>												Reacciones		Alcance		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	92	Nº comentarios	5	Nº compartido	1	Foto/Flyer	X	Celebrar	18	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar	1	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	9	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0	Podcast/ audio						Dar curiosidad	0	Encuesta cualificada						Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender
Reacciones		Alcance		Compartido		Formato																																																																																																													
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido																																																																																																													
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																																													
Recomendar	92	Nº comentarios	5	Nº compartido	1	Foto/Flyer	X																																																																																																												
Celebrar	18	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																													
apoyar	1	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF																																																																																																													
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																													
Encantar	9	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																													
Interesar	0	Podcast/ audio																																																																																																																	
Dar curiosidad	0	Encuesta cualificada																																																																																																																	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																												
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																												
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertir		Vender																																																																																																												

NºPost	44	Fecha aprox. De posteo	Hace 08 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_laboradelaetiqueta-espagnoluz-consectaconlanaturaleza-activity-691325707757492048?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	Print de publicación:
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido	
Recomendar	19	Nº comentarios	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer	
Celebrar	0	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X
apoyar	2	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)	
Encantar	4	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	1					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertir		Vender



NºPost	45	Fecha aprox. De posteo	Hace 08 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_participamos-de-la-primer-feria-laboral-activity-6914309052604841984?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	Print de publicación:
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido	
Recomendar	111	Nº comentarios	5	Nº compartido	6	Foto/Flyer	
Celebrar	17	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X
apoyar	1	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)	
Encantar	13	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	1					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender



NºPost	46	Fecha aprox. De posteo	Hace 08 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_juntos_llegamos_m%C3%A1s_lejos-activity-691463731746411521?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	Print de publicación:
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido	
Recomendar	43	Nº comentarios	1	Nº compartido	3	Foto/Flyer	
Celebrar	0	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral	X	C. Neutral	X	Eventos (streaming)	
Encantar	3	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender



NºPost	47	Fecha aprox. De posteo	Hace 08 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_daralinternacionaldelavozbidadtransfantay-activity-691543730965238272?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	Print de publicación:
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido	
Recomendar	33	Nº comentarios	3	Nº compartido	1	Foto/Flyer	X
Celebrar	3	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
apoyar	4	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)	
Encantar	1	C. negativo	X	C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertir		Vender



NºPost	48	Fecha aprox. De posteo	Hace 08 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_autismoday_dedamundialdeconcienciaseindelautismo-activity-6916051413911400448?utm_source=share&utm_medium=member_desktop		
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	Print de publicación:
Reacciones		Comentarios		Compartido		Formato	
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido	
Recomendar	55	Nº comentarios	4	Nº compartido	1	Foto/Flyer	X
Celebrar	1	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	
apoyar	3	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF	
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)	
Encantar	1	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito	
Interesar	0					Podcast/ audio	
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostativo	Testimonial	Informativo
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertir		Vender



NºPost	49	Fecha aprox. De posteo	Hace 08 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_conoce-nuestras-efem%C3%A9rides-de-abril-activity-6937607985112379392-hYKf7utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano					N.A	X																																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento				N.A		Print de publicación:																																																																																															
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Alicance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Relleñar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>27</td> <td>Nº comentarios</td> <td>0</td> <td>Nº compartido</td> <td>1</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>1</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>0</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td>X</td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>1</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td>X</td> <td>Entretener/ divertirse</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>											Reacciones		Alicance		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Comentarios		Relleñar información		Tipo de contenido		Recomendar	27	Nº comentarios	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer	X	Celebrar	1	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		Encantar	1	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	1					Podcast/ audio		Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertirse		Vender
Reacciones		Alicance		Compartido		Formato																																																																																																				
colocar nº reacciones		Comentarios		Relleñar información		Tipo de contenido																																																																																																				
Recomendar	27	Nº comentarios	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer	X																																																																																																			
Celebrar	1	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																				
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																				
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)																																																																																																				
Encantar	1	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																				
Interesar	1					Podcast/ audio																																																																																																				
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada																																																																																																				
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																			
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																			
Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertirse		Vender																																																																																																			
NºPost	50	Fecha aprox. De posteo	Hace 08 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_4%C3%A9da-mundial-de-la-salud-activity-6937607985112379392-hYKf7utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano					N.A	X																																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento				N.A		Print de publicación:																																																																																															
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Alicance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Relleñar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>30</td> <td>Nº comentarios</td> <td>0</td> <td>Nº compartido</td> <td>2</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>2</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>1</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td>X</td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>3</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td>X</td> <td>Entretener/ divertirse</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>											Reacciones		Alicance		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Comentarios		Relleñar información		Tipo de contenido		Recomendar	30	Nº comentarios	0	Nº compartido	2	Foto/Flyer	X	Celebrar	2	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar	1	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		Encantar	3	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0					Podcast/ audio		Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertirse		Vender
Reacciones		Alicance		Compartido		Formato																																																																																																				
colocar nº reacciones		Comentarios		Relleñar información		Tipo de contenido																																																																																																				
Recomendar	30	Nº comentarios	0	Nº compartido	2	Foto/Flyer	X																																																																																																			
Celebrar	2	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																				
apoyar	1	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																				
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)																																																																																																				
Encantar	3	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																				
Interesar	0					Podcast/ audio																																																																																																				
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada																																																																																																				
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																			
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																			
Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertirse		Vender																																																																																																			
NºPost	51	Fecha aprox. De posteo	Hace 08 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_empowerment-farmacias-peruanas-empoderamiento-activity-693820045894220416-45f97utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano					N.A	X																																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento				N.A		Print de publicación:																																																																																															
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Alicance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Relleñar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>71</td> <td>Nº comentarios</td> <td>0</td> <td>Nº compartido</td> <td>2</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>2</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td></td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>0</td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>C. Positivo</td> <td></td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td>X</td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>0</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>4</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td>X</td> <td>Entretener/ divertirse</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>											Reacciones		Alicance		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Comentarios		Relleñar información		Tipo de contenido		Recomendar	71	Nº comentarios	0	Nº compartido	2	Foto/Flyer	X	Celebrar	2	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		Encantar	0	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	4					Podcast/ audio		Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertirse		Vender
Reacciones		Alicance		Compartido		Formato																																																																																																				
colocar nº reacciones		Comentarios		Relleñar información		Tipo de contenido																																																																																																				
Recomendar	71	Nº comentarios	0	Nº compartido	2	Foto/Flyer	X																																																																																																			
Celebrar	2	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																																				
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																																				
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)																																																																																																				
Encantar	0	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																				
Interesar	4					Podcast/ audio																																																																																																				
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada																																																																																																				
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																			
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																			
Propósito comunicativo	Engagement		Educar	X	Entretener/ divertirse		Vender																																																																																																			
NºPost	52	Fecha aprox. De posteo	Hace 08 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_inkafarma-cosas-buenas-sucedan-activity-6919668897054887936-0JY7utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano					N.A	X																																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento				N.A		Print de publicación:																																																																																															
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Alicance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Relleñar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>141</td> <td>Nº comentarios</td> <td>19</td> <td>Nº compartido</td> <td>29</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>26</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>0</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>16</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertirse</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>											Reacciones		Alicance		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Comentarios		Relleñar información		Tipo de contenido		Recomendar	141	Nº comentarios	19	Nº compartido	29	Foto/Flyer	X	Celebrar	26	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X	apoyar	0	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	16	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0					Podcast/ audio		Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertirse		Vender
Reacciones		Alicance		Compartido		Formato																																																																																																				
colocar nº reacciones		Comentarios		Relleñar información		Tipo de contenido																																																																																																				
Recomendar	141	Nº comentarios	19	Nº compartido	29	Foto/Flyer	X																																																																																																			
Celebrar	26	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X																																																																																																			
apoyar	0	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF																																																																																																				
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																				
Encantar	16	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																				
Interesar	0					Podcast/ audio																																																																																																				
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada																																																																																																				
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																			
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																			
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertirse		Vender																																																																																																			
NºPost	53	Fecha aprox. De posteo	Hace 07 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_inkafarma-cosas-buenas-sucedan-activity-6921918072852952064-lK8v2utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																																					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano					N.A	X																																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento				N.A		Print de publicación:																																																																																															
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Alicance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Comentarios</th> <th colspan="2">Relleñar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td> <td>102</td> <td>Nº comentarios</td> <td>11</td> <td>Nº compartido</td> <td>24</td> <td>Foto/Flyer</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Celebrar</td> <td>23</td> <td colspan="2">Tipo de comentario</td> <td colspan="2">Tipo de compartido</td> <td>Video</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>apoyar</td> <td>0</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>C. Positivo</td> <td>X</td> <td>Carrusel de PDF</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hacer gracia</td> <td>0</td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>C. Neutral</td> <td></td> <td>Eventos (streaming)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encantar</td> <td>13</td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>C. negativo</td> <td></td> <td>Casos de éxito</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Interesar</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Podcast/ audio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Encuesta cualificada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tono de comunicación</td> <td>Corporativo</td> <td>Informal</td> <td>Cercano</td> <td>Humorístico</td> <td>Demostrativo</td> <td>Testimonial</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Actores que intervienen</td> <td colspan="2">Colaboradores</td> <td colspan="2">Embajador de marca</td> <td>Líderes</td> <td>Influencer</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>Propósito comunicativo</td> <td>Engagement</td> <td></td> <td>Educar</td> <td></td> <td>Entretener/ divertirse</td> <td></td> <td>Vender</td> </tr> </tbody> </table>											Reacciones		Alicance		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Comentarios		Relleñar información		Tipo de contenido		Recomendar	102	Nº comentarios	11	Nº compartido	24	Foto/Flyer	X	Celebrar	23	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X	apoyar	0	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	13	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0					Podcast/ audio		Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertirse		Vender
Reacciones		Alicance		Compartido		Formato																																																																																																				
colocar nº reacciones		Comentarios		Relleñar información		Tipo de contenido																																																																																																				
Recomendar	102	Nº comentarios	11	Nº compartido	24	Foto/Flyer	X																																																																																																			
Celebrar	23	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X																																																																																																			
apoyar	0	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF																																																																																																				
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																																				
Encantar	13	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																																				
Interesar	0					Podcast/ audio																																																																																																				
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada																																																																																																				
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo																																																																																																			
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno																																																																																																			
Propósito comunicativo	Engagement		Educar		Entretener/ divertirse		Vender																																																																																																			

Nº Post	54	Fecha aprox. De posteo	Hace 07 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_farmacias-vecinas-inkafarma-activty-692331e269272213904-93474utm_source=share&utm_medium=member_desktop			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano				
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A		
Reacciones	Alcance			Formato				
colocar nº reacciones	Comentarios			Tipo de contenido				
Recomendar	24	Nº comentarios	0	Nº compartido	2	Foto/Flyer		
Celebrar	2	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF		
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	6	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	0					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores			Embajador de marca		Lideres	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender	

Print de publicación:



Nº Post	55	Fecha aprox. De posteo	Hace 07 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_inkafarma-vecinas-inkafarma-vecinas-69223033031238845632-40674utm_source=share&utm_medium=member_desktop			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano				
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A		
Reacciones	Alcance			Formato				
colocar nº reacciones	Comentarios			Tipo de contenido				
Recomendar	285	Nº comentarios	11	Nº compartido	19	Foto/Flyer		
Celebrar	19	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	5	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF		
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		
Encantar	11	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	0					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores			Embajador de marca		Lideres	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender	

Print de publicación:



Nº Post	56	Fecha aprox. De posteo	Hace 07 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_comas-buenas-suceden-juntos-692231e336262723302-rbf74utm_source=share&utm_medium=member_desktop			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano				
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A		
Reacciones	Alcance			Formato				
colocar nº reacciones	Comentarios			Tipo de contenido				
Recomendar	62	Nº comentarios	0	Nº compartido	5	Foto/Flyer		
Celebrar	5	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF		
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		
Encantar	8	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	0					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores			Embajador de marca		Lideres	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender	

Print de publicación:



Nº Post	57	Fecha aprox. De posteo	Hace 07 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_felty-93633434ta-del-trabajo-activty-6926524809883328513-40674utm_source=share&utm_medium=member_desktop			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano				
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A		
Reacciones	Alcance			Formato				
colocar nº reacciones	Comentarios			Tipo de contenido				
Recomendar	126	Nº comentarios	0	Nº compartido	7	Foto/Flyer		
Celebrar	14	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF		
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	14	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	0					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores			Embajador de marca		Lideres	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender	

Print de publicación:



Nº Post	58	Fecha aprox. De posteo	Hace 07 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_inkafarma-comas-buenas-suceden-bonitas-activty-6926087787392978544-6V4c74utm_source=share&utm_medium=member_desktop			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano				
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A		
Reacciones	Alcance			Formato				
colocar nº reacciones	Comentarios			Tipo de contenido				
Recomendar	68	Nº comentarios	1	Nº compartido	11	Foto/Flyer		
Celebrar	7	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	2	C. Positivo	X	C. Positivo	X	Carrusel de PDF		
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	6	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	1					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores			Embajador de marca		Lideres	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender	

Print de publicación:



Nº Post	59	Fecha aprox. De posteo	Hace 07 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_comas-buenas-suceden-inkafarma-bonitas-activty-6928426055850471424-FV4K74utm_source=share&utm_medium=member_desktop			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano				
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A		
Reacciones	Alcance			Formato				
colocar nº reacciones	Comentarios			Tipo de contenido				
Recomendar	55	Nº comentarios	0	Nº compartido	2	Foto/Flyer		
Celebrar	1	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF		
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		
Encantar	5	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	0					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen	Colaboradores			Embajador de marca		Lideres	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educar		Entretener/ divertir		Vender	

Print de publicación:



NºPost	60	Fecha aprox. De posteo	Hace 07 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_feliz-d%C3%ADa-mam%C3%A1-activty-6929067206433468416-yolY7utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano					N.A	X																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	Print de publicación:																																																																																			
<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Alcance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td><td>29</td><td>Nº comentarios</td><td>0</td><td>Nº compartido</td><td>3</td><td>Foto/Flyer</td><td></td></tr> <tr> <td>Celebrar</td><td>1</td><td colspan="2">Tipo de comentario</td><td colspan="2">Tipo de compartido</td><td>Video</td><td></td></tr> <tr> <td>apoyar</td><td>0</td><td>C. Positivo</td><td></td><td>C. Positivo</td><td>X</td><td>Carrusel de PDF</td><td>X</td></tr> <tr> <td>Hacer gracia</td><td>0</td><td>C. Neutral</td><td></td><td>C. Neutral</td><td></td><td>Eventos (streaming)</td><td></td></tr> <tr> <td>Encantar</td><td>6</td><td>C. negativo</td><td></td><td>C. negativo</td><td></td><td>Casos de éxito</td><td></td></tr> <tr> <td>Interesar</td><td>0</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>Podcast/ audio</td><td></td></tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td><td>0</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>Encuesta cualificada</td><td></td></tr> </tbody> </table>											Reacciones		Alcance		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	29	Nº comentarios	0	Nº compartido	3	Foto/Flyer		Celebrar	1	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF	X	Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		Encantar	6	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0					Podcast/ audio		Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Reacciones		Alcance		Compartido		Formato																																																																																				
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido																																																																																				
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																				
Recomendar	29	Nº comentarios	0	Nº compartido	3	Foto/Flyer																																																																																				
Celebrar	1	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																				
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF	X																																																																																			
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)																																																																																				
Encantar	6	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																				
Interesar	0					Podcast/ audio																																																																																				
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada																																																																																				
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demosttrativo	Testimonial	Informativo																																																																																			
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	X																																																																																		
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educación		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar																																																																																		
NºPost	61	Fecha aprox. De posteo	Hace 07 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_escuela-panader%C3%ADa-y-pasteler%C3%ADa-bel%C3%A9n-activty-6929838630106497024-hf1k2utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano					N.A	X																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	Print de publicación:																																																																																			
<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Alcance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td><td>92</td><td>Nº comentarios</td><td>3</td><td>Nº compartido</td><td>7</td><td>Foto/Flyer</td><td></td></tr> <tr> <td>Celebrar</td><td>14</td><td colspan="2">Tipo de comentario</td><td colspan="2">Tipo de compartido</td><td>Video</td><td>X</td></tr> <tr> <td>apoyar</td><td>1</td><td>C. Positivo</td><td></td><td>C. Positivo</td><td></td><td>Carrusel de PDF</td><td></td></tr> <tr> <td>Hacer gracia</td><td>0</td><td>C. Neutral</td><td>X</td><td>C. Neutral</td><td>X</td><td>Eventos (streaming)</td><td></td></tr> <tr> <td>Encantar</td><td>9</td><td>C. negativo</td><td></td><td>C. negativo</td><td></td><td>Casos de éxito</td><td></td></tr> <tr> <td>Interesar</td><td>0</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>Podcast/ audio</td><td></td></tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td><td>0</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>Encuesta cualificada</td><td></td></tr> </tbody> </table>											Reacciones		Alcance		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	92	Nº comentarios	3	Nº compartido	7	Foto/Flyer		Celebrar	14	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X	apoyar	1	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral	X	C. Neutral	X	Eventos (streaming)		Encantar	9	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0					Podcast/ audio		Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Reacciones		Alcance		Compartido		Formato																																																																																				
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido																																																																																				
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																				
Recomendar	92	Nº comentarios	3	Nº compartido	7	Foto/Flyer																																																																																				
Celebrar	14	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X																																																																																			
apoyar	1	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																				
Hacer gracia	0	C. Neutral	X	C. Neutral	X	Eventos (streaming)																																																																																				
Encantar	9	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																				
Interesar	0					Podcast/ audio																																																																																				
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada																																																																																				
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demosttrativo	Testimonial	Informativo																																																																																			
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	X																																																																																		
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educación		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar																																																																																		
NºPost	62	Fecha aprox. De posteo	Hace 06 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_cosasbuenasuaceden-juntoslogramosmaers-inkafarma-activity-6930955979618484224-Yrh7utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano					N.A	X																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	Print de publicación:																																																																																			
<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Alcance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td><td>117</td><td>Nº comentarios</td><td>8</td><td>Nº compartido</td><td>7</td><td>Foto/Flyer</td><td>X</td></tr> <tr> <td>Celebrar</td><td>14</td><td colspan="2">Tipo de comentario</td><td colspan="2">Tipo de compartido</td><td>Video</td><td></td></tr> <tr> <td>apoyar</td><td>3</td><td>C. Positivo</td><td>X</td><td>C. Positivo</td><td></td><td>Carrusel de PDF</td><td></td></tr> <tr> <td>Hacer gracia</td><td>0</td><td>C. Neutral</td><td></td><td>C. Neutral</td><td>X</td><td>Eventos (streaming)</td><td></td></tr> <tr> <td>Encantar</td><td>14</td><td>C. negativo</td><td></td><td>C. negativo</td><td></td><td>Casos de éxito</td><td></td></tr> <tr> <td>Interesar</td><td>0</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>Podcast/ audio</td><td></td></tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td><td>0</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>Encuesta cualificada</td><td></td></tr> </tbody> </table>											Reacciones		Alcance		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	117	Nº comentarios	8	Nº compartido	7	Foto/Flyer	X	Celebrar	14	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		apoyar	3	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		Encantar	14	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0					Podcast/ audio		Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Reacciones		Alcance		Compartido		Formato																																																																																				
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido																																																																																				
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																				
Recomendar	117	Nº comentarios	8	Nº compartido	7	Foto/Flyer	X																																																																																			
Celebrar	14	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video																																																																																				
apoyar	3	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																				
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)																																																																																				
Encantar	14	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																				
Interesar	0					Podcast/ audio																																																																																				
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada																																																																																				
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demosttrativo	Testimonial	Informativo																																																																																			
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	X																																																																																		
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educación		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar																																																																																		
NºPost	63	Fecha aprox. De posteo	Hace 06 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_d%C3%ADa-del-qu%C3%ADmico-farmac%C3%A9utico-activity-6930972073062211584-T7h17utm_source=share&utm_medium=member_desktop																																																																																					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano					N.A	X																																																																																
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	Print de publicación:																																																																																			
<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reacciones</th> <th colspan="2">Alcance</th> <th colspan="2">Compartido</th> <th colspan="2">Formato</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Tipo de contenido</th> </tr> <tr> <th colspan="2">colocar nº reacciones</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">Rellenar información</th> <th colspan="2">marcar con X</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendar</td><td>87</td><td>Nº comentarios</td><td>0</td><td>Nº compartido</td><td>4</td><td>Foto/Flyer</td><td></td></tr> <tr> <td>Celebrar</td><td>8</td><td colspan="2">Tipo de comentario</td><td colspan="2">Tipo de compartido</td><td>Video</td><td>X</td></tr> <tr> <td>apoyar</td><td>0</td><td>C. Positivo</td><td></td><td>C. Positivo</td><td></td><td>Carrusel de PDF</td><td></td></tr> <tr> <td>Hacer gracia</td><td>0</td><td>C. Neutral</td><td></td><td>C. Neutral</td><td>X</td><td>Eventos (streaming)</td><td></td></tr> <tr> <td>Encantar</td><td>6</td><td>C. negativo</td><td></td><td>C. negativo</td><td></td><td>Casos de éxito</td><td></td></tr> <tr> <td>Interesar</td><td>0</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>Podcast/ audio</td><td></td></tr> <tr> <td>Dar curiosidad</td><td>0</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>Encuesta cualificada</td><td></td></tr> </tbody> </table>											Reacciones		Alcance		Compartido		Formato		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido		colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X		Recomendar	87	Nº comentarios	0	Nº compartido	4	Foto/Flyer		Celebrar	8	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X	apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF		Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		Encantar	6	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		Interesar	0					Podcast/ audio		Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada	
Reacciones		Alcance		Compartido		Formato																																																																																				
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		Tipo de contenido																																																																																				
colocar nº reacciones		Rellenar información		Rellenar información		marcar con X																																																																																				
Recomendar	87	Nº comentarios	0	Nº compartido	4	Foto/Flyer																																																																																				
Celebrar	8	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video	X																																																																																			
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF																																																																																				
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)																																																																																				
Encantar	6	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito																																																																																				
Interesar	0					Podcast/ audio																																																																																				
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada																																																																																				
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demosttrativo	Testimonial	Informativo																																																																																			
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno	X																																																																																		
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educación		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar																																																																																		

NºPost	64	Fecha aprox. De posteo	Hace 06 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_en-farmacias-peruanas-estamos-convencidos-activity-6931607304995774464-qWTF?utm_source=share&utm_medium=member_desktop					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X	N.A		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	Print de publicación:			
		X			X					
	Alcance			Formato						
	Reacciones	Comentarios	Compartido	Tipo de contenido						
	colocar nº reacciones	Rellenar información	Rellenar información	marcar con X						
Recomendar	81	Nº comentarios	0	Nº compartido	2	Foto/Flyer	X			
Celebrar	5	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video				
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF				
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)				
Encantar	5	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito				
Interesar	0					Podcast/ audio				
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada				
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo			
	X									
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno			
							X			
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educación		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar		

NºPost	65	Fecha aprox. De posteo	Hace 06 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_d%C3%ADa-internacional-contra-la-homofobia-y-transfobia-activity-6932426182785142784-qCv?utm_source=share&utm_medium=member_desktop					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X	N.A		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	Print de publicación:			
		X								
	Alcance			Formato						
	Reacciones	Comentarios	Compartido	Tipo de contenido						
	colocar nº reacciones	Rellenar información	Rellenar información	marcar con X						
Recomendar	30	Nº comentarios	0	Nº compartido	1	Foto/Flyer	X			
Celebrar	3	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video				
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF	X			
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)				
Encantar	2	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito				
Interesar	0					Podcast/ audio				
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada				
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo			
	X									
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno			
							X			
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educación		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar		

NºPost	66	Fecha aprox. De posteo	Hace 06 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_familia-farmaciasperuanas-trabajohaedbrido-activity-6932681705929482240-Rnb?utm_source=share&utm_medium=member_desktop					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X	N.A		
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	Print de publicación:			
		X								
	Alcance			Formato						
	Reacciones	Comentarios	Compartido	Tipo de contenido						
	colocar nº reacciones	Rellenar información	Rellenar información	marcar con X						
Recomendar	337	Nº comentarios	0	Nº compartido	3	Foto/Flyer	X			
Celebrar	19	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video				
apoyar	1	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF				
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)				
Encantar	25	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito				
Interesar	0					Podcast/ audio				
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada				
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo			
	X									
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno			
				X						
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educación		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar		

NºPost	67	Fecha aprox. De posteo	Hace 06 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_cosas-buenas-suceden-asociaci%C3%B3n-de-las-activity-6934642028928536576-y_Ac?utm_source=share&utm_medium=member_desktop					
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano				N.A	X	
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento	N.A	Print de publicación:			
		X								
	Alcance			Formato						
	Reacciones	Comentarios	Compartido	Tipo de contenido						
	colocar nº reacciones	Rellenar información	Rellenar información	marcar con X						
Recomendar	100	Nº comentarios	4	Nº compartido	1	Foto/Flyer	X			
Celebrar	6	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video				
apoyar	2	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF				
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)				
Encantar	10	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito				
Interesar	0					Podcast/ audio				
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada				
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demostrativo	Testimonial	Informativo			
	X					X				
Actores que intervienen	Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno			
							X			
Propósito comunicativo	Engagement	X	Educación		Entretener/ divertir		Vender	Comunicar		

NºPost	68	Fecha aprox. De posteo	Hace 06 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_concurso-empresa-lima-inclusiva-activity-6935328891167199232-g84x7utm_source=share&utm_medium=member_desktop			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X	N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento		N.A	
					X			Print de publicación:
Reacciones		Alcance		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Comentarios		Rellenar información		Tipo de contenido		marcar con X
Recomendar	40	Nº comentarios	1	Nº compartido	0	Foto/Flyer		
Celebrar	6	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	0	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF		X
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	2	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	0					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demotivativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen		Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo		Engagement		Educación		Entretener/ divertir		Vender



NºPost	69	Fecha aprox. De posteo	Hace 06 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_cosasbuenassucedenn-juntoslogramosmaers-activity-6932982231591372824-0biv7utm_source=share&utm_medium=member_desktop			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X	N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento		N.A	
					X			Print de publicación:
Reacciones		Alcance		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Comentarios		Rellenar información		Tipo de contenido		marcar con X
Recomendar	29	Nº comentarios	0	Nº compartido	0	Foto/Flyer		X
Celebrar	0	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	1	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF		
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	1	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	0					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demotivativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen		Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo		Engagement		Educación		Entretener/ divertir		Vender



NºPost	70	Fecha aprox. De posteo	Hace 06 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_entrevista-a-padre-omar-s%C3%A1nchez-asociaci%C3%B3n-activity-693251653544213504-CcP17utm_source=share&utm_medium=member_desktop			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X	N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento		N.A	
					X			Print de publicación:
Reacciones		Alcance		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Comentarios		Rellenar información		Tipo de contenido		marcar con X
Recomendar	82	Nº comentarios	4	Nº compartido	5	Foto/Flyer		
Celebrar	10	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		X
apoyar	1	C. Positivo	X	C. Positivo		Carrusel de PDF		
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral	X	Eventos (streaming)		
Encantar	15	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	0					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demotivativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen		Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo		Engagement	X	Educación		Entretener/ divertir		Vender



NºPost	71	Fecha aprox. De posteo	Hace 06 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_daedadelmedioambiente-farmaciasperuanas-medioambiente-activity-6939292842404333056-d5ih7utm_source=share&utm_medium=member_desktop			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X	N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento		N.A	
					X			Print de publicación:
Reacciones		Alcance		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Comentarios		Rellenar información		Tipo de contenido		marcar con X
Recomendar	53	Nº comentarios	4	Nº compartido	0	Foto/Flyer		X
Celebrar	6	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	0	C. Positivo		C. Positivo		Carrusel de PDF		
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	3	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	0					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demotivativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen		Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo		Engagement	X	Educación		Entretener/ divertir		Vender



NºPost	72	Fecha aprox. De posteo	Hace 06 meses	Link:	https://www.linkedin.com/posts/farmacias-peruanas_familafape-reconocimiento-cosabuenassucedenn-activity-693997764523384832-m8p3utm_source=share&utm_medium=member_desktop			
Objetivo de la publicación	Atraer talento humano			Retener Talento Humano			X	N.A
Tipo de estrategia:	E. Lanzamiento	E. Visibilidad	E. Confianza	E. Expansión	Estrategia de Posicionamiento		N.A	
					X			Print de publicación:
Reacciones		Alcance		Compartido		Formato		
colocar nº reacciones		Comentarios		Rellenar información		Tipo de contenido		marcar con X
Recomendar	84	Nº comentarios	0	Nº compartido	4	Foto/Flyer		X
Celebrar	12	Tipo de comentario		Tipo de compartido		Video		
apoyar	1	C. Positivo		C. Positivo	X	Carrusel de PDF		
Hacer gracia	0	C. Neutral		C. Neutral		Eventos (streaming)		
Encantar	4	C. negativo		C. negativo		Casos de éxito		
Interesar	1					Podcast/ audio		
Dar curiosidad	0					Encuesta cualificada		
Tono de comunicación	Corporativo	Informal	Cercano	Humorístico	Demotivativo	Testimonial	Informativo	
Actores que intervienen		Colaboradores		Embajador de marca		Líderes	Influencer	Ninguno
Propósito comunicativo		Engagement		Educación		Entretener/ divertir		Vender



OBJETIVO DEL POST	N°	%	TIPO DE FORMATO	N°	%
			Foto/Flyer	35	49%
Atraer Talento	18	25%	Video	16	22%
Retener Talento	19	26%	Carrusel de PDF	20	28%
N.A.	35	49%	Eventos (stream)	0	0%
Total	72	100%	Casos de éxito	1	1%
			Podcast/ audio	0	0%
TIPO DE ESTRATEGIA	N°	%	Encuesta cualificada	0	0%
E. Lanzamiento	1	1%	Total	72	100%
E. Visibilidad	24	33%			
E.Confianza	3	4%	ACTORES	N°	%
E. Expansión	0	0%	Colaboradores	10	14%
E. Posicionamiento	24	33%	Embajador M.	3	4%
N.A	20	28%	Líderes	7	10%
Total	72	100%	Influencer	1	1%
			Ninguno	51	71%
TONO COMUNICACIÓN	N°	%	Total	72	100%
Corporativo	15	21%	PROPÓSITO COMUNICATIVO	N°	%
Informal	0	0%	Engagement	30	42%
Cercano	1	1%	Educación	22	31%
Humorístico	0	0%	Entretenimiento/Diversión	0	0%
Demostrativo	13	18%	Vender	2	3%
Testimonial	7	10%	Comunicar	18	25%
Informativo	36	50%	Total	72	100%
Total	72	100%			

Anexo F. Guía de Preguntas

Datos Generales de Experto

Nombres Completos: Elmo Bazán

Código. 001

Empresa: Consultor en Marketing digital

Puesto: Independiente

Tiempo en la Organización: 10 años

Objetivo 1: Analizar los elementos de las estrategias según: tipo de estrategia, táctica, recursos, mensaje (tema, intención, atributos de la marca), enfoque, actores e impacto (comentarios)

¿Cuál es el contenido que tiene mayor alcance por parte de sus seguidores? (según su forma, actores que intervienen)

Esta es una pregunta que no tiene una única respuesta las marcas son distintas son diversas, cada marca tiene una personalidad distinta, cada marca cuando entra a redes sociales tiene un objetivo o varios objetivos, hay empresas que entran a LinkedIn por que buscan talento humano, otras que buscan visibilidad algo que parece muy sencillo y la verdad es que es un objetivo importante, otro es generar awarences, una cosa es que seas visible y otra cosa es que tengas claro que es la marca a que se dedica y como me contacto, otro objetivo es el alcance y generar Networking entre empresas que es algo de lo que no se habla mucho pero se da bastante hoy en día. Entonces las metas y objetivos que alcanza cada empresa van en función a sus objetivos.

Por ejemplo, si yo quiero visibilidad de mi marca, busco que se conozca mi empresa, que vean mis colaboradores, que sepan los logros de mi empresa.

¿Qué recurso que brinda LinkedIn usa más para su perfil?

Los recursos que se usan son galerías de imágenes, pero lo que se evidencia más es la difusión de publicaciones electrónicas en formato PDF porque este te genera más clics, porque cuando subes un formato PDF subes una guía un proceso que quieres explicar a tu público entonces esto genera interactividad porque cada vez que yo quiera ver una imagen o quiera seguir viendo la imagen voy a tener que clicar eso va sumando a tu ratio de interacción que es un KPI importante para la marca.

¿Cuál es la intervención de los líderes de la organización en el perfil de LinkedIn? ¿Se les brinda pautas o recomendaciones para el buen manejo de esta red social? ¿O es algo a lo cual no le dan seguimiento?

Aquí te hablo más por experiencia propia y por lo que veo en otras marcas, el trabajo con líderes es algo que se está empezando a hacer desde no hace mucho tiempo, por ejemplo, tenemos un líder interno un SEO le da confiabilidad a la empresa, un líder está bien posicionado, bien percibido por el público, por el mercado, por los accionistas es una marca que transfiere su confiabilidad como marca personal a hacia la empresa.

Objetivo 2: Identificar las tendencias que usan las organizaciones a través de la red social LinkedIn para la atracción y retención de talento humano

¿Qué estrategias de comunicación usan en LinkedIn para generar la fidelización de tu marca?

Primero la fidelización de marca son estrategias a largo plazo, pero lo que la gente valora mucho es conocer los procesos de las empresas como la elaboración de sus productos, de creación de sus servicios, todos los procesos de cómo llegan al consumidor al usuario y se demuestra (una infografía por ejemplo).

Más ahora linkedin se trabajan más infografías una herramienta que otras redes no te dan, ya que te permite crear copys largo en donde puedes explicar el paso a paso, permitiéndote que tu público objetivo te lea, las estrategias son esas, así también como cuando muestran a sus colaboradores, proyectos sostenibles, empoderamiento de colectivos donde la empresa busca mostrar que está a la empresa y rompe viejos modelos.

Hoy en día la empresa se enfoca mucho en su colaborador por ejemplo que puedas trabajar a distancia, estos procesos que antes solo eran internos ahora se están contando hacia afuera.

¿Tienen establecido días u horas para realizar alguna publicación dentro de LinkedIn?

Claro se tiene un horario específico, por ejemplo cuando tu buscas mejores horas para publicar encuentras páginas que te brindan el horario pero son horarios específicos, ahora si tú te quieres dirigir hacia un segmento en específico más en LinkedIn el horario que yo recomiendo para publicar es de ocho de la mañana y cinco de la tarde porque, porque LinkedIn es una red social para gente que se encuentra trabajando entonces van revisando en ese horario fuera de ese horario ya no están laborando entonces el tiempo de interacción en la red social disminuye, por ejemplo sábados y domingo no se recomienda publicar porque se desconectan del trabajo los colaboradores y usuarios.

¿Qué tendencias usan dentro de la red social LinkedIn para atracción de talento humano?

En realidad, yo he visto caso a de colaboradores que están tiempo en una empresa, son bien remunerados y posicionados pero las empresas reclutadoras están atentas y les hacen ofertas de trabajo para llevárselos a otra empresa. Otro las empresas reclutadoras de talento están a la caza del nuevo talento, pero la oferta es muy estándar, lo que hace la diferencia son las especialidades y esto es lo que buscan las empresas, por ahí los profesionales como usuarios de LinkedIn deben tener bien definido cuáles son sus especialidades, logros y proyectos que han obtenido para mostrar esos resultados.

¿Qué tendencias usan dentro de la red social LinkedIn para retención de talento humano?

Indica que es similar a la pregunta 3

¿Bajo qué estrategias la organización comparte sus atributos/valores para ser más atractiva frente al talento humano?

Las estrategias que conozco de cerca son orgánicas y sobre todo datos de los trabajadores, por ejemplo las empresas van a lanzar un producto y el primer lanzamiento no lo haces al mercado lo haces a tus colaboradores y esto hace que se sienta feliz, valorado, se sienta importante porque la empresa pide su opinión le pueden dar un feedback y este tipo de contenido se muestra en redes sociales por que la empresa demuestra cómo valora su talento humano.

¿Qué tipo de contenido publican para el reconocimiento de colaboradores?

Hay empresas que siguen publicando reconocimiento (como merchandising, por trabajo) y agradecimientos de manera pública, lo que se está publicando bastante ahora son los proyectos de la empresa y los participantes de estos proyectos por ejemplo BBVA muestra el proyecto, resultados, procesos, muestra entusiasmo de los equipos y publican para transmitir al público.

¿Se establece un plan de contenido exclusivamente para el manejo de publicaciones en LinkedIn?

Claro se trabaja un copy, un topic, el tipo de contenido, etc esto va en una grilla de contenido en la que se trabaja de forma colaborativa coordinada e incluso atemporal porque yo realizo la propuesta, luego otra área revisa, plantea el copy o aprueba las propuestas para colocar en la grilla y conectar con las agencias para trabajar las publicaciones.

En general, ¿qué recomendaciones no brindaría para tomar en cuenta para el buen manejo de LinkedIn a nivel organizacional?

Se recomienda un plan de marketing digital, porque cuando vas a empezar a trabajar una marca en LinkedIn empiezas con tu diagnóstico, realizas un análisis de la marca, tus públicos o target, luego pasas a definir tus temas, la cantidad de

publicaciones claro todo en función de los objetivos de la organización, para luego hacer la ejecución en base a la grilla y luego la medición de los resultados porque eso te permite saber cómo estas avanzando en medida de los KPIs propuestos y una discusión de resultados, pero siempre comienza con un diagnóstico.

Datos Generales de Experto

Nombres Completos: Víctor Cachay

Código. 002

Empresa:

Puesto:

Tiempo en la Organización:

Objetivo 1: Analizar los elementos de las estrategias según: tipo de estrategia, táctica, recursos, mensaje (tema, intención, atributos de la marca), enfoque, actores e impacto (comentarios)

¿Cuál es el contenido que tiene mayor alcance por parte de sus seguidores? (según su forma, actores que intervienen)

Los contenidos que tienen mayor alcance es aquel que le interesa al usuario, al público al que está dirigido, encuentra información relevante para ellos y el sector en el cual están desarrollándose y de esa manera genera mayor alcance, ya que si la información es de su interés va a compartir la publicación.

¿Qué recurso que brinda LinkedIn usa más para su perfil?

Tiene varios recursos como por ejemplo la posibilidad de colocar además del currículum, videos, certificaciones, experiencias, validaciones, recorrido profesional que le dan credibilidad al perfil y también la posibilidad de transmitir en vivo y este es un punto importante para las marcas porque al dirigirse mediante un streaming en vivo a esa audiencia que está buscando contenido de valor

¿Cuál es la intervención de los líderes de la organización en el perfil de LinkedIn? ¿Se les brinda pautas o recomendaciones para el buen manejo de esta red social? ¿O es algo a lo cual no le dan seguimiento?

En las organizaciones modernas los líderes tienen un movimiento constante porque justamente son embajadores de la marca y es interesante porque permite distribuir el contenido desde una mirada humana mostrando que no solo lo hace la empresa si no también los líderes, además que ellos participan de los procesos a que desarrollan.

Y sí se les debe brindar una pauta ya que esta red social tiene características diferentes en cuanto a los usuarios a los que se dirige y por ende la información que se comparte debe tener mucho cuidado, de igual manera con los temas que se comparten porque misma comunidad a veces genera censura si se toca un tema polémico, es por eso que se les debe dar una pauta.

Objetivo 2: Identificar las tendencias que usan las organizaciones a través de la red social LinkedIn para la atracción y retención de talento humano

¿Qué estrategias de comunicación usan en LinkedIn para generar la fidelización de tu marca?

Se encuentran varias estrategias, pero generalmente se trata de conocer bien al público al que se dirige para poder brindar contenido. Primer un contenido de calidad, dos involucrar a la marca y hacer participar a los usuarios a través de elementos interactivos que le permitan al usuario conversar con la marca y profesionales (hacer Networking), por ejemplo el contenido streaming permite a la marca comunicarse con su audiencia sobre un tema en específico.

Otras estrategias los Newsleter para inscribirte a los boletines que genera la misma marca para que al usuario le lleguen cada cierto tiempo estos boletines.

¿Tienen establecido días u horas para realizar alguna publicación dentro de LinkedIn?

Esto depende del público, pero generalmente hay días en los que no se publica por ejemplo los fines de semana por que justo en estos días las personas se desconectan del trabajo.

E cuanto a horario depende también del público, pero con mayor frecuencia en las mañanas como por ejemplo a las seis, pero repito esto depende del Bayer persona.

¿Qué tendencias usan dentro de la red social LinkedIn para atracción de talento humano?

La tendencia ahora es tratar de demostrar al potencial todas las bondades del ambiente laboral, es así que el contenido está dirigido a enseñar a difundir, como es que la marca se involucra y tiene conciencia e interés acerca de temas y esto lo haga atractivo para el potencial talento que aspira a ser parte de esa cultura organizacional que quiere ser parte de esa estrategia.

La estrategia está en visibilizar las causas y el trato laboral que brinda la empresa, ya que el nuevo talento exige ciertas condiciones y para esto es importante que la empresa muestre y demuestre que es un buen lugar para ejercer la actividad laboral

¿Qué tendencias usan dentro de la red social LinkedIn para retención de talento humano?

Indica que es similar a la pregunta 3

¿Bajo qué estrategias la organización comparte sus atributos/valores para ser más atractiva frente al talento humano?

No responde

¿Qué tipo de contenido publican para el reconocimiento de colaboradores?

No responde

¿Se establece un plan de contenido exclusivamente para el manejo de publicaciones en LinkedIn?

No responde

En general, ¿qué recomendaciones no brindaría para tomar en cuenta para el buen manejo de LinkedIn a nivel organizacional?

Datos Generales de Experto

Nombres Completos: Lorena Miluska Vilela

Código. 003

Empresa: S4 Learning

Puesto: coordinadora de bienestar cultura y clima

Tiempo en la Organización: no menciona

Objetivo 1: Analizar los elementos de las estrategias según: tipo de estrategia, táctica, recursos, mensaje (tema, intención, atributos de la marca), enfoque, actores e impacto (comentarios)

¿Cuál es el contenido que tiene mayor alcance por parte de sus seguidores? (según su forma, actores que intervienen) El contenido que tiene mayor alcance siempre relaciona a las actividades internas del colaborador que forma parte de la marca empleo como por ejemplo celebraciones, reconocimientos, cumpleaños, beneficios, actividades con los colaboradores y si se etiqueta al colaborar genera mayor interacción

¿Qué recurso que brinda LinkedIn usa más para su perfil?

Indica que no puede responde

¿Cuál es la intervención de los líderes de la organización en el perfil de LinkedIn? ¿Se les brinda pautas o recomendaciones para el buen manejo de esta red social? ¿O es algo a lo cual no le dan seguimiento? Depende de la organización ya que antes no se le brindaba seguimiento a los líderes que aparecían en la marca, pero hay organizaciones en las que si se posiciona a los líderes y se les brinda ciertas pautas por ejemplo el spech, el copy, el tono comunicativo ya que lo que se busca es posicionar el perfil del líder para luego repostear en el perfil de la empresa y así atraer nuevo talento

Objetivo 2: Identificar las tendencias que usan las organizaciones a través de la red social LinkedIn para la atracción y retención de talento humano

¿Qué estrategias de comunicación usan en LinkedIn para generar la fidelización de tu marca? Toda la estrategia se basa en alimentar contenido en donde se muestra los programas que se realizan para detallar el ¿qué? ¿Como? ¿Cuándo? ¿Qué beneficios ofrece?, para generar interacción con los usuarios a través de acciones demostrativas a través de LinkedIn.

¿Tienen establecido días u horas para realizar alguna publicación dentro de LinkedIn? Indica que no puede responder por que no tiene identificado

¿Qué tendencias usan dentro de la red social LinkedIn para atracción de talento humano? Se tiene el uso de publicaciones de posicionamiento de líderes de la marca más centrado en el lado humano de cada uno de ellos como parte de la marca, también mostrar información con beneficios de crecimiento, reconocimiento y de espacios de integración para los equipos.

¿Qué tendencias usan dentro de la red social LinkedIn para retención de talento humano? Indica que es similar a la pregunta 3

¿Bajo qué estrategias la organización comparte sus atributos/valores para ser más atractiva frente al talento humano? Se tiene LinkedIn par a perfiles administrativos en donde se muestran como cultura juvenil, divertida con post que conecten con el nuevo talento humano, trabajando temas como experiencia de trabajo dentro de la marca para atracción.

¿Qué tipo de contenido publican para el reconocimiento de colaboradores? Trabajamos post de fotos, videos de aquellos que trabajan ya bastante tiempo con testimonios y lo que se realiza, también video de los líderes contando su trayectoria y todo lo que han logrado

¿Se establece un plan de contenido exclusivamente para el manejo de publicaciones en LinkedIn? Indica que no puede responder

En general, ¿qué recomendaciones no brindaría para tomar en cuenta para el buen manejo de LinkedIn a nivel organizacional? Indica que no puede responder