

PROCESO: Sublimado en cuero - Envase limpio para priorizar detalles - Se ajustó 5 cm por lado.



OUTFIT DESFILE EUGENIA LEMOS



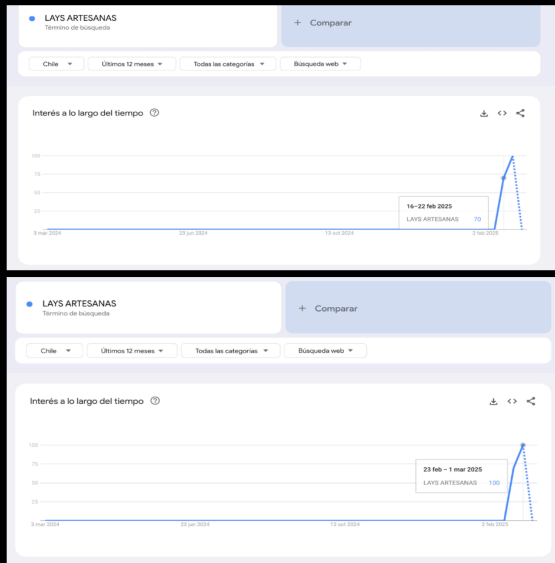
CONTENT EUGENIA LEMOS

The collage illustrates Eugenia Lemos's content strategy across various platforms. The large image on the left shows her in a vibrant yellow sequined dress, holding a white shopping bag with a Lay's logo, suggesting a lifestyle or fashion-related post. The smaller images on the right are screenshots of social media posts, likely from Instagram, showing her in different outfits (yellow, red, blue, and white) in various settings (bed, stairs, red carpet). These posts include captions in Portuguese and engagement metrics (likes, comments, shares). The bottom right image shows her in a blue dress being interviewed by a reporter, with a microphone and a 'PUC' logo visible, indicating her presence at public events and media coverage.

The collage features several images related to the 'Bolsito de la Eugenia Lemos' meme. On the left, there is a grid of five photographs of women in different outfits, each holding a 'Bolsito de la Eugenia Lemos' product. In the center, a smartphone screen displays a social media post from 'nacion.humor' featuring a woman in a yellow dress holding the product. The post includes a caption in Spanish and engagement metrics. To the right, a video player shows a scene from the movie 'Madonna' with a meme overlay that reads 'yo entrando al Lider: Deme el bolso de la Eugenia Lemos'. Below the video, there is a caption that reads '¿EL BOLSO DE LA EUGENIA LEMOS? SI, ASI ES' and a link to '@eugeniademock' on 't.me/chile'.

[illegible]

VOLUMEN DE BÚSQUEDAS



- entre el 16 y el 22, siendo la gala el 21 a las 21hrs su inicio. una dimensión de 70 de total 100.
- entre el 23 y 1 de marzo, post gala, la dimensión fue 100 de 100.

Google Trends no muestra números absolutos de búsquedas, sino valores normalizados en una escala de 0 a 100. El valor 100 representa el pico de interés máximo en el periodo analizado.

En este caso, **el periodo del 23 de febrero al 1 de marzo** alcanzó ese valor, lo que indica que fue el momento de mayor búsqueda relativa para "LAY'S ARTESANAS" en esos 12 meses.

El valor de 70, obtenido **entre el 16 y 22 de febrero**, significa que durante ese lapso el interés en "LAY'S ARTESANAS" fue del 70% del pico máximo registrado. Esto se traduce en que, en comparación con el pico de 100, hubo un incremento de aproximadamente un 30% en la actividad de búsqueda una vez que se produjo el evento o activación.

La transición de 70 a 100 indica un cambio notable en la atención del público. Este aumento puede interpretarse como una señal de que la activación —en la cual se involucró un rostro ligado a la moda, reconocido como animadora "evaluadora" de los outfits de la gala, y que lució un sobre de mano inspirado en el packaging de LAY'S ARTESANAS Sal de Mar tuvo un efecto positivo en generar interés y búsquedas en línea. Es decir, la campaña logró amplificar la visibilidad y relevancia de la marca en un corto periodo.