

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO



TÍTULO:

**ESTRATEGIA DIGITAL, MARCA PERSONAL: MARÍA MERCEDES ALVARADO
ALFARO**

PRESENTADO POR:

GARCÍA MOLINA, ERIKA ANDREA

(GM18020)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS DIGITALES Y
REDES SOCIALES PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIATURA EN PERIODISMO.**

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADO

MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR
CENTRO, EL SALVADOR CENTROAMÉRICA, NOVIEMBRE 2024.**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

MAESTRO JUAN ROSA QUINTANILLA

RECTOR

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN MATA

VICERRECTOR ACADÉMICO

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

LICENCIADO PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA

SECRETARIO GENERAL

LICENCIADO CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA

FISCAL GENERAL

LICENCIADA ANA RUTH AVELAR

DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA

DECANO

MAESTRA MARIA CRUZ JURADO

VICEDECANA

MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA

SECRETARIA

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

LICENCIADO EDIS EDGARDO MONGE

JEFE DE DEPARTAMENTO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, quiero agradecer a Dios por permitirme cosechar un logro más en mi etapa académica, por brindarme sabiduría, paciencia e inteligencia a lo largo de este camino y de esa manera, alcanzar uno más de mis objetivos.

A mis padres Isabel Molina y Wilfredo Rivas, por ser una pieza fundamental en cada paso hacia el profesionalismo, por apoyar mis sueños y motivarme a siempre esforzarme por lo que quiero. A mis hermanos por acompañarme emocionalmente durante el proceso y por animarme en los momentos más desafiantes. Agradezco también, a mis amigas y amigos del curso, en quienes encontré un apoyo incondicional.

De manera general, extiendo mis agradecimientos a cada una de las personas involucradas, por cada palabra de aliento, por cada frase de motivación y por la confianza que depositaron en mí.

Finalmente, agradezco a la Universidad de El Salvador por generar oportunidades de educación y formación profesional. A los docentes que fueron parte de mi formación a través de cada una de las cátedras impartidas.

ÍNDICE

RESUMEN	7
INTRODUCCIÓN	8
SITUACIÓN ACTUAL DE MARCA PERSONAL	9
Presencia digital actual.....	9
Descripción de la marca	9
ANÁLISIS FODA	10
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	11
OBJETIVOS SMART	14
IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO	15
SELECCIÓN DE CANALES DIGITALES	18
PLAN DE CONTENIDOS	19
pilares de contenido	19
ESTRATEGIA DE SEO	19
Keywords a emplear	19
MEDICIÓN Y ANÁLISIS	20
CALENDARIO DE CONTENIDOS	21
REFERENCIAS	31

RESUMEN

El trabajo forma parte de la implementación de los conocimientos adquiridos dentro del curso de Especialización de Medios digitales y Redes Sociales que impartió la Lic. Silvia María Estrada. Se creó una Estrategia digital con enfoque en la Marca personal de María Alvarado. Uno de los objetivos principales, es lograr un posicionamiento de la marca en el mercado digital, así como poder incorporar a María dentro del mundo laboral. El informe cuenta con una breve descripción de la marca y la promoción de sus servicios. Así mismo, se determina el público objetivo y los pilares de contenido, lo anterior, como base para obtener resultados positivos a través de la estrategia. La implementación de Buyer Persona (posibles clientes) con la finalidad de crear contenido de valor que se base en las necesidades de los mismos, se convierte en un punto clave, ya que al producir contenido de valor se crea la posibilidad de atraer clientes potenciales. Se destaca la importancia de elegir de manera correcta las redes sociales que se van a utilizar, así como el manejo de las herramientas disponibles para generar un buen calendario de contenidos con formatos variados.

Palabras clave: Contenido de valor, Redes sociales, Estrategia digital, marca personal, posicionamiento.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el concepto de marca personal se vuelve necesario, debido a que las relaciones interpersonales, cada vez, están siendo realizadas a través de medios interactivos. Un ejemplo de ello, a través de las redes sociales y plataformas como LinkedIn que se han convertido en la presentación de miles de profesionales para promover sus servicios.

Cuando hablamos de marca personal, nos referimos a la forma de identificar una imagen, un símbolo y, en esta ocasión, a una persona profesional con algo valioso o deseable. La presente, ha sido elaborada con el objetivo de diferenciarse y poder conseguir el mayor éxito posible en las relaciones sociales y personales de María Alvarado. Por medio de contenidos interactivos y de valor que puedan potenciar los servicios ofrecidos, generando un acceso al campo laboral y diferentes nichos que puedan generar conexión y oportunidades.

Lo anterior es una forma de aplicar los contenidos vistos en la especialización y tener así un acercamiento a las formas de trabajo actuales en redes sociales. Así mismo, aprender sobre la importancia de conocer el nicho en el que una marca se quiere posicionar a partir de la construcción de una estrategia digital.

SITUACIÓN ACTUAL DE MARCA PERSONAL

María Alvarado



Es una marca personal de María Mercedes Alvarado Alfaro, egresada de la Licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador. Actualmente cursa una Especialización en Medios Digitales y RRSS. Una profesional dispuesta a incorporarse al mundo laboral y lograr posicionar su marca.

Presencia digital actual

Los canales digitales están creados para comenzar desde cero, por lo cual, no cuentan con una optimización, específicamente en el perfil de la red social Instagram y la plataforma LinkedIn.

Uno de los retos más grandes a los que se enfrenta la marca, es conseguir el posicionamiento correcto y apropiado para promover los servicios. Así mismo, lograr un alcance alto en las visualizaciones de ambos perfiles y aumentar los seguidores a través de los contenidos presentados.

Descripción de la marca

María siempre ha sido muy creativa en temas de estética de todo tipo, trabajó aproximadamente 10 años en producción de audiovisuales publicitario en diferentes áreas y, con base a su experiencia, se adecúa mejor a los temas de estilo y vestuario.

Una persona innovadora y resolutiva. Es muy buena escribiendo sobre estos temas y está al tanto de todas las tendencias de moda.

Desea ser parte de la industria de comunicación de moda en el entorno digital y en el departamento de vestuario de producciones audiovisuales para brindar servicios como coordinadora de vestuario, redacción de artículos de moda, Community manager.

ANÁLISIS FODA

Fortalezas

- Creativa e innovadora
- Conocimiento en cine y fotografía
- Resolutiva en aspectos de coordinación y diseño de vestuario
- Habilidad de redacción digital
- Habilidades de dibujo

Oportunidades

- Crear una marca personal
- Realizar una especialidad en Marketing y Comunicación de Moda
- Colaborar en proyectos creativos o de voluntariado dentro campo
- Promover sus servicios generando contenido de valor en RR. SS
- Crear una red de contactos

Debilidades

- No cuenta con redes sociales profesionales o debidamente optimizadas
- Ausencia de contactos clave dentro de la industria
- Poca confianza en el desempeño propio
- Preferencia por el trabajo independiente, aunque sepa manejar el trabajo en equipo.

Amenazas

- Alta competencia dentro del campo profesional
- Contantes cambios en las tendencias emergentes en moda
- Pocas ofertas laborales en el campo para extranjeros en su país de residencia
- Surgimiento de nuevas tecnologías

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Basado en las redes sociales que se han seleccionado, se identificaron 3 perfiles que se consideran competencia.

2 de los perfiles son españoles, país de la actual residencia de María Alvarado y en el cual desea desarrollar su marca con empresas locales, pero también internacionales. El perfil restante es salvadoreño, tendrá utilidad para realizar una comparación con los perfiles extranjeros.

1. SAMANTA CACHARRÓN



Instagram

274 publicaciones

1907 seguidores

1035 seguidos

LinkedIn

1763 seguidores

Más de 500 contactos

-Tiene restringidos sus gusta

-Uso de hashtags

-Redacción precisa

-Usa emojis

-Con CTA



samycacharron

Seguir

Enviar mensaje



274 publicaciones

1907 seguidores

1035 seguidos

Samantha · Creador de Contenido

@samycacharron

Creador digital

* Lifestyle, también creo y convierto marcas aburridas en marcas con personalidad 🚀
Barcelona



LinkedIn



WORK



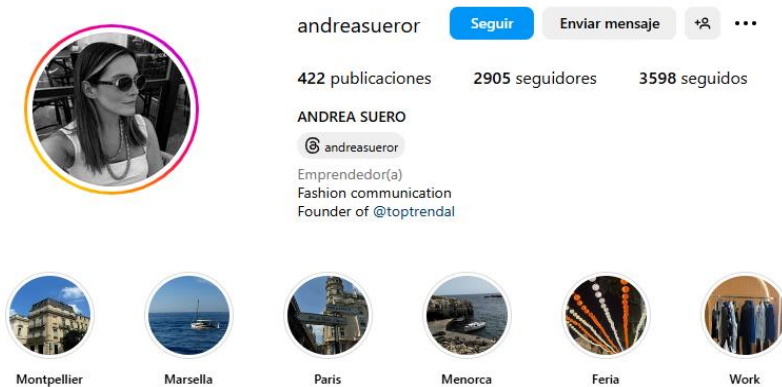
HAPPY



CREATIVE

Comparte contenido creativo relacionado con sus servicios e incluye reels como tutoriales, su contenido de LinkedIn es más profesional. Comparte contenido de valor frecuentemente, además posee sitio web y en instagram cuenta con una historia destacada con contenido de LinkedIn para llevar a los clientes hasta su trabajo.

2. ANDREA SUERO



Instagram

422 publicaciones

2905 seguidores

3598 seguidos

LinkedIn

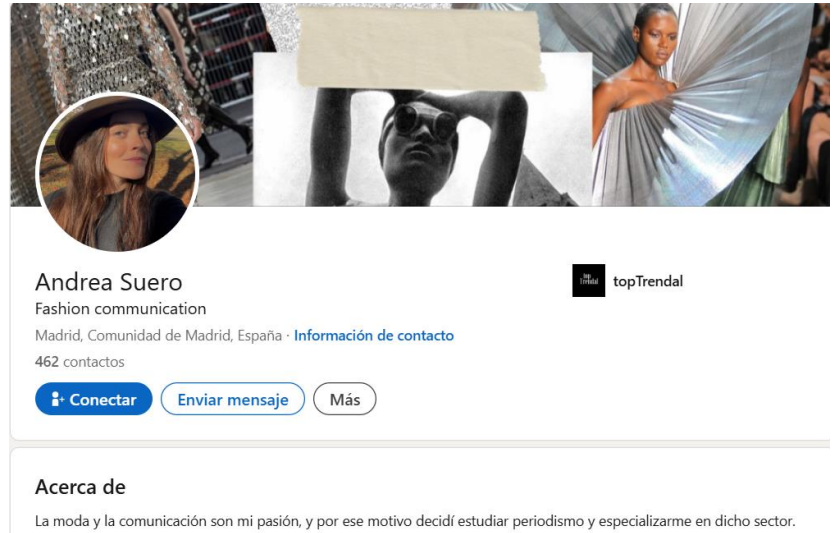
462 contactos

-Su última publicación en LinkedIn fue hace 7 meses

-Redacción precisa y concisa

-No utiliza emojis

-No cuenta con CTA



Sus publicaciones se basan en fotografías personales, en su LinkedIn reponea las publicaciones de su agencia y comparte algunos proyectos (se mantiene un poco inactiva). Así mismo, cuenta con su propia agencia de comunicación. No practica algunas de las reglas de redacción digital; sin embargo, sus publicaciones en instagram logran tener buen alcance lo que se podría atribuir a su contenido creativo y fotografías originales.

3. ANDREA CARDOZA



cardoza.andreaa Siguiendo Enviar mensaje +8 ...

13 publicaciones 387 seguidores 315 seguidos

Andrea Cardoza
Publicidad/marketing
Egresada, Licenciatura en Periodismo
Especialización Medios Digitales y RRSS
Sobre el Marketing y cómo... más
www.facebook.com/profile.php?id=61561336984177 + 1

cat_land, eus_gourmet, keilaarreagasv y 25 más siguen esta cuenta

Temas Velada IV Work in Motivación Datos

Instagram

13 publicaciones

387 seguidores

315 seguidos

LinkedIn

4 contactos

-Publicaciones con contenido de valor

-Uso de hashtags

-Redacción precisa

-Usa emojis

-Utiliza CTA

-Marketing de contenido



Andrea Cardoza
Periodista/Medios Digitales y RRSS
andrealc.prensa@gmail.com

Universidad de El Salvador

Andrea Cardoza ✓
Periodista Digital
San Salvador, San Salvador, El Salvador · [Información de contacto](#)
4 contactos

Conectar Enviar mensaje Más

Acerca de
Egresada de la Licenciatura en Periodismo, Universidad de El Salvador, con especialización en contenido digital y manejo de RRSS.

Comparte contenido valor relacionado con sus servicios, utiliza sólo formato de imagen. No cuenta con publicaciones en su LinkedIn actualmente. En su feed coloca el enlace de su fanpage de Facebook. Promociona sus productos/servicios de una manera creativa, educando a sus seguidores y resolviendo posibles necesidades de los mismos.

OBJETIVOS SMART

- Alcanzar 100 seguidores en Instagram en los próximos 3 meses mediante contenido atractivo y de valor.
- Agregar 10 nuevos contactos profesionales en LinkedIn cada mes durante los próximos 3 meses, enfocándome en la industria de marketing de moda.
- Aumentar el alcance del contenido de historias y publicaciones en Instagram y LinkedIn un 30% (30-40 visualizaciones) en los próximos 3 meses.
- Obtener un 5% en la tasa de interacción de las publicaciones de Instagram y LinkedIn (Likes, comentarios) en los próximos 3 meses.

IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

BUYERS PERSONAS

1. El campo editorial de revistas de moda y productoras de audiovisuales.
 - Reclutadores en busca de equipo de trabajo.
 - Emprendedores en busca de personal calificado para posicionar su marca.
 - Marcas en busca de Community Manager.
2. Segmentados en:
 - Asesoramiento de estrategias digitales.
 - Redacción de blogs y diferentes formatos digitales.
 - Asistente y coordinador de vestuario.



LYAN BURGOS

EDAD	42 años
SEXO	Hombre
PAÍS	España
EDUCACIÓN	Universidad
OCUPACIÓN	Director editorial
ESTADO CIVIL	Casado

GUSTOS Y AFICIONES

Leer
Ver películas y teatro
Pasar tiempo en familia

BIOGRAFÍA

Periodista en sus inicios, creador de contenido y al final encargado de la dirección de una revista digital.

Habilidades: Dinamismo en el trabajo, moderno, siempre a la vanguardia.
Limitaciones: Falta de organización para cumplir plazos de entrega.

MOTIVACIONES

- +Mantenerse siempre a la vanguardia, seguir las tendencias y entregar el contenido a tiempo.
- +Ser tendencia en sus cuentas de IG.
- +Ganar más público de todos los tipos.

PUNTOS DE DOLOR

- +La competencia tiene un equipo más grande.
- +Hace falta más publicidad para generar más ingresos.

OBJETIVOS

- +Más visitas en su revista digital.
- +Ganar nuevos suscriptores.
- +Ser los mejores en contenido digital.

FRUSTRACIONES

- +Personal escaso y capacitado a medias.

¿CÓMO PODEMOS AYUDARLE?

- +Creando una estrategia de contenido de valor ajustado a las características y necesidades de su público,
- +Realizando tareas de medición y análisis para controlar los KPI básicos (como likes o comentarios, alcance)
- +Promover los mejores formatos de redacción digital para ser más eficaces y alcanzar más público.

COMPORTAMIENTOS Y PREFERENCIAS

- +Lee revistas impresas y digitales
- +Asiste a muchos eventos sociales y de lanzamientos de marcas.
- +Monitoria tendencias en redes sociales.
- +En constante formación sobre el contexto político social y cultural.



AINA SOLER

EDAD	50 Años
SEXO	Mujer
PAÍS	Madrid, España
EDUCACIÓN	Universidad
OCUPACIÓN	Ingeniera de grabación
ESTADO CIVIL	Casada

GUSTOS Y AFICIONES

Ver películas
Pasar tiempo en familia

BIOGRAFÍA

Asistente de grabación en sus inicios, guionista y directora de estudio en su propio estudio de grabación.

Habilidades: Innovadora, siempre a la vanguardia, perseverante
Limitaciones: Está comenzando desde cero, no cuenta con un equipo de trabajo consolidado.

MOTIVACIONES

- +Mantenerse a la vanguardia, estar al tanto de las nuevas tendencias de grabaciones.
- +Ejercer el rol para el que se preparó.
- +Atraer nuevos clientes.

PUNTOS DE DOLOR

- +La competencia tiene ya tiene un equipo de trabajo consolidado y una trayectoria.
- +Hace falta posicionarse en redes sociales para conseguir clientes.

OBJETIVOS

- +Convertirse en un estudio reconocido
- +Formar un equipo de trabajo sólido y profesional
- +Designar las funciones dentro del estudio con un grupo de trabajadores reducido para las primeras producciones.

FRUSTRACIONES

- +No encuentra personal que realice varias funciones en simultaneo.

¿CÓMO PODEMOS AYUDARLE?

- +Creando una estrategia de marketing digital en redes sociales para posicionar la marca del nuevo estudio.
- +Asistiendo en el set de filmación seleccionando, adaptando y cuidando el vestuario a utilizar en cada rodaje.

COMPORTAMIENTOS Y PREFERENCIAS

- +Asiste a muchos eventos sociales organizados por la industria de cine o teatro.
- +Analiza cortometrajes, documentales, o producciones pequeñas realizadas por su competencia



OLIVIA WILSON



EDAD	39 años
SEXO	Mujer
PAÍS	España
EDUCACIÓN	cursos de fotografía
OCUPACIÓN	Fotógrafa
ESTADO CIVIL	Soltera

Gustos y aficiones

- Leer libros
- Viajar y conocer nuevos lugares
- Pasar tiempo con amigos

Biografía

Fotógrafa independiente de editoriales de moda, pasarelas y street style. Colaboradora en revistas impresas. Sus máximas influencias son Mario Testino, Annie Leibovitz y Edward Steichen.

Habilidades: Amplio conocimiento sobre historia de fotografía elegante y discreta. Limitaciones: Conocimiento nulo sobre redes sociales

Motivaciones

- +Salir de su zona de confort para buscar nuevas oportunidades más profesionales.
- +Crear nuevos contactos dentro de la industria fotográfica.

Objetivos

- +Entender como funcionan los medios digitales y el alcance que pueden tener.
- +Potenciar su trabajo y generarle más valor a través de los contenidos en redes sociales.

Puntos de dolor

- +La falta de conocimiento para llevar el control de redes sociales y promover sus fotografías
- +Nulo conocimiento sobre redacción digital lo cual frena su exposición por miedo a la mediocridad.

Frustraciones

- +Quedarse atascada y no avanzar con las nuevas tecnologías.
- +No mostrar sus fotografías a más público.
- +No recibir nuevas oportunidades más profesionales por no promover su trabajo.

¿Cómo podemos ayudarle?

- +Brindarle asesorías personalizadas para lograr optimizar sus perfiles en RR. SS a través de formatos como tutoriales e infografías con contenido de valor.
- +creando una estrategia de marketing digital enfocada en redes sociales para posicionar su marca y promover su portafolio.



LUCÍA SUERO



EDAD	27 años
SEXO	Mujer
PAÍS	España
EDUCACIÓN	Universidad
OCUPACIÓN	Editora
ESTADO CIVIL	Soltera

Gustos y aficiones

- Diseño de moda
- Cine
- Fotografía

Biografía

Editora de revistas y marketing de moda. Más de 10 años de experiencia en el sector. Especializada en la comunicación de moda y belleza, fotografía de moda y coolhunter. Su puesto le permite delegar trabajo, siempre y cuando los asistentes estén al tanto de todas las tendencias.

Motivaciones

- +Ganar prestigio, y conseguir reconocimiento entre toda la competencia.
- +Ir un paso adelante de todos en tendencias y contenido.
- + Contar con un grupo de personas apasionadas en la moda y tendencias

Objetivos

- +Llegar a más lectores para ofrecer contenido más variado y completo.
- + Incorporar nuevas personas que conformen su equipo de trabajo.
- +Ser parte de la ola de tendencia de moda.

Puntos de dolor

- +Miedo a encasillarse en una sola línea de tendencia y no identificar las vanguardias.
- +Se encuentra un poco preocupada por su criterio de redacción para redes sociales..
- +No cuenta con un equipo para editoriales grandes.

Frustraciones

No poder estar al tanto de todas las tendencias de moda y belleza por la acumulación de trabajo que posee

¿Cómo podemos ayudarle?

- +Crear una estrategia de contenidos que satisfagan las necesidades de sus lectores.
- +Redacción de diferentes formatos para adaptarlos en el entorno digital.



SELECCIÓN DE CANALES DIGITALES

Para el desarrollo de la estrategia digital se ha seleccionado 2 redes sociales:



Instagram

Actualmente una de plataforma con potencial publicitario, debido a su capacidad de interacción con el público. Se ha convertido en una de las redes más importantes dentro del Marketing Digital capaz de conseguir más alcance que la red social Facebook.

- Contenido fácil de consumir (puramente de carácter visual)
- Capaz de posicionar la marca y generar un alto índice de engagement.
- Capaz de llevar el contenido al público objetivo.



LinkedIn

Una plataforma destinada para enlazar con profesionales, se ha convertido en el éxito de muchas estrategias de marketing debido a su eficaz presentación ante los nichos con los mismos intereses y necesidades.

- Público profesional de alta calidad
- Red de contactos dentro de la industria
- facilidad de generar confianza y oportunidad de desarrollo de la marca

PLAN DE CONTENIDOS

Luego de definir los objetivos que se quiere cumplir y el plazo en el que se desea alcanzarlos, se realizó un plan de contenidos con base al enfoque de la marca.

pilares de contenido

MARKETING DE CONTENIDOS	BRANDING	VENTAS	INTERACCIONES
Tips y estrategias para crecer en redes sociales	Valores y habilidades de la marca	Servicios	Tips para crear historias creativas
Tips para combinar formas, colores y texturas con tu ropa	Identidad visual	Experiencias	Acercamiento con la audiencia
Como potenciar tu marca personal o comercial	Diferenciación de la marca	Contacto	Encuestas

ESTRATEGIA DE SEO

Para el “Search Engine Optimization” u optimización para motores de búsqueda, se realizó un análisis previo de palabras clave, a través de las cuales se define las keywords a emplear.

Keywords a emplear

MARKETING DE CONTENIDOS	BRANDING	VENTAS	INTERACCIONES
Marketing digital	Identidad visual	regístrate gratis	comunidades
Community manager	Esquema de color	contáctame	Audiencia
Redes sociales	Valores	comunicación de moda	Seguidores
Marketing en redes sociales	Personalidad	escribeme	Alcance
Marca personal	Destacar	Aprovecha	Frases
Marketing de moda	¿Quién soy?	¡Hazlo ya!	Tips
audiovisual	Diferenciación de marca	Mándame un DM	Consejos
Inteligencia artificial	Posicionamiento	Redacción	¿qué prefieres?
Optimizar	Innovadora	Periodista	¿Cuál es tu favorito?

MEDICIÓN Y ANÁLISIS

Con estos indicadores se busca medir y monitorear el desempeño de la estrategia digital, en la que, alcanzar los objetivos smart es la prioridad.

Engagement

Interacciones que los usuarios tienen con el contenido, entre ellas se encuentran los likes, comentarios, compartidos, clics en enlaces, etc.

Número de seguidores

Cantidad de personas que siguen la cuenta, lo anterior contemplado desde el inicio de la estrategia (cuentas comienzan desde cero).



Tasa de crecimiento de seguidores

Porcentaje de aumento de seguidores en un período de tiempo determinado. De acuerdo a los objetivos planteados, se establece un plazo corto de 3 meses.



Tasa de retención de historias



Porcentaje de personas que ven todas las diapositivas de la historia en comparación con el número de personas que vieron solo la primera.

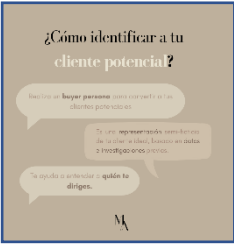
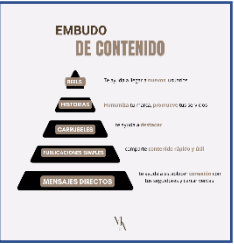


CALENDARIO DE CONTENIDOS



RED SOCIAL	FECHA	TIPO DE CONTENIDO	PILAR DE CONTENIDO	COPY	PIEZA GRÁFICA
Instagram	Mar 01	Publicación con pieza gráfica	Branding	<p>¡Hola! Soy María Alvarado Soy periodista y cuento con una especialización en redacción para Medios Digitales y Marketing. Descubrí que la logística y organización se me dan muy bien, soy muy observadora, detallista, creativa y enfocada. Apasionada por la moda, la música y el cine.</p> <p>¡Estoy lista para ayudarte a crecer!</p> <p>#Marcapersonal #periodisgta #Marketingdigital</p>	
LinkedIn	Mar 01	Publicación con pieza gráfica	Branding	<p>Con 12 años en Producción Audiovisual Publicitaria en El Salvador y Centroamérica, puedo decir que no ha sido una trayectoria fácil, hice una larga pausa cuando me mudé a Barcelona en 2020, a pesar de la distancia logré terminar mis estudios, actualmente soy egresada de la Licenciatura en periodismo y cuento con una especialización en redacción para Medios Digitales y Marketing.</p> <p>La clave está en no poner excusas y contar con mucha disciplina, cada sueño que me propuse lo trabajé con persistencia y constancia. Descubrí que la logística y organización se me dan muy</p>	



				<p>bien, soy muy observadora, detallista, creativa y enfocada.</p> <p>¡Estoy lista para ayudarte a crecer!</p> <p>#Marcapersonal #Constancia #Crecimiento personal</p>	
Instagram	Mier 02	Publicación con pieza gráfica	Mkt de contenido	<p>¿No logras la interacción necesaria en tu perfil? ¡entonces, no la estás pidiendo!</p> <p>Se te olvida abrir o cerrar un caption sin agregar un llamado a la acción (CTA), ya no dejes ir oportunidades de interacción que valen oro.</p> <p>Hoy te comparto 5 CTA'S poderosos para que generes participación de tu audiencia.</p> <p>-Comenta cuál es tu favorita</p> <p>#redessociales #interaccion</p>	
LinkedIn	Mier 02	Publicación con pieza gráfica	Mkt de contenido	<p>Cambia de manera apresurada todo lo que está en tendencia, por lo que es esencial que te mantengas al tanto sobre los temas que están en boga.</p> <p>Para eso, te comparto 4 páginas que se dedican a encontrar tendencias basadas en investigaciones sobre moda, temporadas y cambios socioeconómicos a nivel mundial.</p> <p>Modacable: Esta web ofrece pronósticos a corto y largo plazo acerca de las tendencias en la moda.</p>	



				<p>Cuenta con archivos, seguimiento de desfiles y críticas a tendencias, uso de texturas, entre otras temáticas.</p> <p>WGSN: Es una plataforma web que realiza pronósticos de las tendencias en cuanto a consumo a nivel mundial.</p> <p>Fashion Snoops: Permite anticiparse a las tendencias. Tiene herramientas como bibliotecas de imágenes, análisis de colecciones y diseñadores, reportes de pasarelas, entre otras.</p> <p>Heuritech: Opera con una inteligencia artificial que permite analizar las imágenes de las redes sociales. Informa sobre futuras tendencias</p> <p>#Tendencias #Fashioncommunication</p>	
Instagram	Jue 03	Historia	Interacción	Encuesta con herramientas de Instagram	
LinkedIn	Jue 03	Publicación con pieza gráfica	Mkt de contenido	<p>¡Un buen Branding puede aumentar tus ventas un 23%!</p> <p>Te explico por qué:</p> <p>El branding es el proceso de marcar los elementos van a identificar a tu marca, como el logo, el mensaje, la tipografía, hasta el nombre.</p> <p>De esta manera vas a sobresalir entre la competencia, creando una identidad sólida que inspira confianza, lo que atraerá</p>	

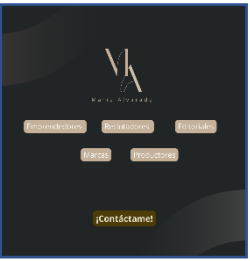



				nuevos clientes. #Branding #Identidadyvalores	
Instagram	Vie 04	Publicación con pieza gráfica	Mkt de contenido	<p>Comienzas a redactar y te preguntas ¿qué hace que un artículo de moda excelente? Te comparto una lista con los 5 puntos que aportan solidez a tu artículo.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Un punto de vista sólido: Debe ser claro, ya sea a favor de la moda o crítico de la industria. 2. Ideas originales: debe ofrecer a los lectores algo que no hayan visto antes. 3. Investigación sobre el tema: significa verificar hechos, estadísticas e incluir fuentes sólidas. 4. Narrativa poderosa: Debe contar con una historia convincente que atrape a los lectores de principio a fin 5. Gramática impecable: Debe estar bien escrito y libre de errores. <p>¡Ponlos en práctica!</p> <p>#redacción #artículodemoda</p>	
LinkedIn	Vie 04	Animación	Venta	<p>¿Qué esperas para potenciar tus editoriales?</p> <p>Envíame un mensaje y conversemos sobre el tema.</p>	
Instagram	Sáb 05	Publicación con pieza gráfica	Mkt de contenido	<p>¡Descubre el poder del Buyer Persona! Conocer a tu cliente ideal puede transformar tu</p>	

				<p>estrategia, te comento por qué...</p> <ul style="list-style-type: none"> -Te permite enfocar tus esfuerzos en marketing -Te ayuda a mejorar la comunicación -Te permite diseñar soluciones que resuelvan las necesidades de tu audiencia. <p>¿Ya tienes los tuyos?</p> <p>#Buyerpersona #estrategia</p>	
LinkedIn	Sáb 05	Publicación con pieza gráfica	Mkt de contenido	<p>Si tu objetivo es destacar y conectar con tu audiencia, es importante que emplees los distintos formatos que te brindan las redes sociales. Estos formatos te permiten comunicarte de diferentes maneras, puedes transmitir los mensajes que más te convengan y al variar cada uno de ellos, mantiene entretenidos a tus seguidores y genera nuevas audiencias.</p> <p>#Formatos #Redessociales</p>	
Instagram	Dom 06	Publicación con pieza gráfica	Venta	<p>Permíteme diferenciar tu marca y resaltar entre la competencia. Crear una personalidad es esencial para posicionarte y yo estoy lista para ayudarte.</p> <p>#Marcapersonal #branding</p>	
LinkedIn	Dom 06	Publicación con pieza gráfica	Interacción	<p>Mente curiosa, mundo infinito</p> <p>#Frasedel día #curiosidad</p>	

Instagram	Lun 07	Publicación con pieza gráfica	Mkt de contenido	<p>Si logras llamar la atención, ¡ya ganaste!</p> <p>Si todavía no lo logras, te muestro una lista para organizar tu perfil con el objetivo de llamar la atención del visitante y convertirlo rápido en tu nuevo seguidor.</p> <p>Instagram es una red social visual, ¿qué esperas para organizarlo?</p> <p>#Instagram #Estrategia</p>	
LinkedIn	Lun 07	Publicación con pieza gráfica	Mkt de contenido	<p>¿Deseas llevar tus habilidades al siguiente nivel?</p> <p>Hoy te comparto 7 herramientas basadas en inteligencia artificial que te ayudarán a potenciar tus habilidades en múltiples áreas.</p> <p>Chat Gpt: resuelve cualquier duda o tarea</p> <p>Writesonic: escribe cualquier cosa en cuestión de segundos</p> <p>Fliki: Crea tik toks y otros contenidos de video</p> <p>Leonardo AI: Genera arte en minutos.</p> <p>Soundraw: produce música personalizada y libre de derechos.</p> <p>Pictory: edita videos de manera fácil.</p> <p>Slides AI: genera presentaciones en minutos.</p> <p>#Inteligenciaartificial #herramientas</p>	

Instagram	Mar 08	Reels	Mkt de contenido	<p>¡El branding es la clave para el éxito de tu negocio! Aquí te contamos la importancia al momento de proyectarte y comunicarte con tu audiencia.</p> <p>Cuento con la experiencia que necesitas para dar vida a una imagen de marca que te represente y te haga destacar.</p> <p>#Branding #conocimiento</p>	
LinkedIn	Mar 08	Publicación con pieza gráfica	Mkt de contenido	<p>Si tu marca personal no evoluciona, ¡Estás perdiendo oportunidades!</p> <p>Déjame explicarte por qué...</p> <ul style="list-style-type: none"> -Sí no actualizas tu perfil con tus habilidades, tus conocimientos en tu área, no estarás dentro del radar. -Si no te unes a las tendencias y te estancas, la competencia llevará ventaja. <p>En conclusión, si no optimizas tu marca personal, no podrás posicionarte y los clientes e inversores necesitan innovación. No te quedes sólo con el perfil creado en LinkedIn y aprovecha los recursos de la red.</p> <p>#Optimizar #Posicionatumarcapersonal #Linkedin</p>	

<p>Instagram</p>	<p>Mier 09</p>	<p>Publicación con pieza gráfica</p>	<p>Mkt de contenido</p>	<p>¿La tecnología y sus avances te están dejando atrás?</p> <p>Con la llegada de la inteligencia artificial, se han abierto nuevas oportunidades de crecer y explotar tus servicios. Para eso, te comparto una lista con las tendencias de IA en el campo audiovisual.</p> <p>¡Transforma tu contenido ya!</p> <p>#IA #audiovisuales</p>	
<p>LinkedIn</p>	<p>Mier 09</p>	<p>Publicación con pieza gráfica</p>	<p>Mkt de contenido</p>	<p>Una comunidad sólida es igual a clientes fieles. Te comparto las razones por las que tu marca no crece</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No tienes el tono de voz que necesita tu marca para conectar con la audiencia. 2. No utilizas Call to actions efectivos al cierre de tu contenido. 3. Te enfocas más en publicaciones de venta que en crear conexión con tu comunidad. <p>Si realizas alguna de ellas, te ayudo a crear conexiones más fuertes y a generar contenido impactante para alcanzar tus objetivos. -Comenta un león y te explico cómo.</p> <p>#Marketingstrategy #marcapersonal</p>	

Instagram	Jue 10	Publicación con pieza gráfica	Venta	<p>Si te identificas con alguno de estos perfiles, ¡Estoy para ti! Cuéntame tus necesidades y te explico cómo tendremos éxito.</p> <p>#servicios #redacción #marketingdigital</p>	
LinkedIn	Jue 10	Publicación con pieza gráfica	Interacción	<p>El marketing de moda son aquellas técnicas, estrategias y estudios que tienen como objetivo transmitir el valor de un producto o una marca de moda, promoverlo y aumentar las ventas.</p> <p>Los especialistas en el rubro, realizan estudios del mercado, analizan las preferencias del público objetivo, gestionan la comunicación con el cliente y buscan formas creativas de presentar un producto para inspirar decisiones de compra.</p> <p>¿Conocías este término?</p> <p>#Marketingdemoda</p>	
Instagram	Vie 11	Historia	Interacción	<p>Frase motivacional, con barra de emoji para interactuar.</p>	
LinkedIn	Vie 11	Publicación con pieza gráfica	Mkt de contenido	<p>Hoy sólo se gana si llamas más la atención, ¡la competencia es alta!</p> <p>Por eso te muestro 5 pasos para organizar tu perfil de Instagram para llamar la atención del visitante y convertirlo rápido en tu nuevo seguidor.</p>	

				<p>Instagram es una red social visual, ¿qué esperas para organizarlo?</p> <p>#Instagram #Estrategia</p>	
Instagram	Sáb 12	Publicación con pieza gráfica	Mkt de contenido	<p>¿Estás comenzando en el mundo digital pero no sabes cómo redactar?</p> <p>Te comparto 5 consejos redactores principiantes...</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Comienza con un plan 2. Redacta de forma sencilla 3. Sé específico 4. Edita sin piedad 5. Utiliza la voz pasiva <p>#Redacción digital #consejos</p>	
LinkedIn	Sáb 12	Publicación con pieza gráfica	Venta	<p>¡Da el primer paso a un futuro de oportunidades! Escríbeme y comencemos a construir el camino hacia el éxito.</p> <p>#Descubre #conocimiento</p>	
Instagram	Dom 13	Publicación con pieza gráfica	Mkt de contenido	<p>Cuando creas tu marca personal, lograr posicionarla es el primer objetivo, pero... ¿No sabes cómo hacerlo?</p> <p>Aquí te comparto 4 aspectos esenciales para posicionar tu marca. Pero no olvides que lo más importante será la constancia con que realizas cada elemento para alcanzar tus objetivos.</p> <p>#marcapersonal #redes sociales</p>	

REFERENCIAS

- (Asana, 2021) Análisis FODA ¿Qué es y cómo usarlo?

<https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

- (FORBES, 2023) La Moda en la Era Digital: Comunicación, Contenido y Sociedad

<https://forbes.com.mx/la-moda-en-la-era-digital-comunicacion-contenido-y-sociedad/>

- (J&D, s.f.) Qué se necesita para trabajar en España

<https://jdimmigration.es/que-se-necesita-para-trabajar-en-espana/>