

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



TÍTULO:

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL, MARCA PERSONAL: JOAQUÍN
SALAZAR**

PRESENTADO POR:

ALEXIS LEONEL HERNÁNDEZ FLORES

CARNÉ

HF19002

INFORME FINAL DE CURSO DE ESPECIALIZACIÓN DE MEDIOS DIGITALES Y
REDES SOCIALES PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN PERIODISMO

DOCENTE DEL CURSO:

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA

DOCENTE COORDINADOR:

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

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

14 DE NOVIEMBRE DE 2024

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

MAESTRO JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA

RECTOR

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFAN MATA

VICERRECTOR ACADÉMICO

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

LICENCIADO PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA

SECRETARIO GENERAL

LICENCIADO CARLOS AMIRCAL SERRANO RIVERA

FISCAL GENERAL

LICENCIADA ANA RUTH AVELAR

DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA
DECANO

MAESTRA MARÍA CRUZ JURADO
VICEDECANA

MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA
SECRETARIA DE LA FACULTAD

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

LICENCIADO EDIS EDGARDO MONGE

JEFE DE DEPARTAMENTO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

COORDINADOR GENERAL DE LOS PROCESOS DE GRADO

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

INDICE

RESUMEN.....	7
INTRODUCCIÓN.....	8
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA.....	9
ANÁLISIS Y SITUACIÓN DE LA MARCA.....	10
Análisis de competencia – LinkedIn #1	11
Análisis de competencia – LinkedIn #2	12
Análisis de competencia – LinkedIn #3	13
Análisis de competencia – Facebook #1	14
Análisis de competencia – Facebook #2	15
Análisis de competencia – Facebook #3	16
OBJETIVOS DE LA MARCA.....	17
Objetivos generales de la marca:	17
Objetivos específicos de la marca:	17
Análisis FODA	18
LOGOS Y COLORES DE LA MARCA.....	19
Otros usos del logotipo de Joaki Salazar	20
Usos incorrectos de logotipo	20
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA.....	21
Servicios de la marca.....	21
BUYER PERSONA O PÚBLICO OBJETIVO	22
Buyer persona 1	23
Buyer persona 2	23
Buyer persona 3	24

Buyer persona 4	24
CANALES DIGITALES DE LA MARCA	25
MEDICIÓN, ANÁLISIS DE DATOS Y KPI'S	27
PLAN DE CONTENIDOS - LINKEDIN	29
PLAN DE CONTENIDOS – FACEBOOK.....	36
FUENTES CONSULTADAS	56

RESUMEN

En el siguiente informe se expone y se deja en evidencia los conocimientos adquiridos y se pone en práctica el aprendizaje que se tuvo durante el desarrollo del Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales. Los objetivos fueron crear desde los cimientos, mantener en vigencia y sacar el potencial de la marca personal que el cliente quiere dar a conocer y poner a disposición sus servicios profesionales a los consumidores en estrategias de marketing digital. Tener una buena estrategia de marketing digital es muy importante para sacar el mayor partido y potencial de tu marca personal, en este informe se deja en evidencia los pasos a seguir y las acciones que como profesionales debemos considerar necesarias para efectuar una marca personal de forma efectiva y precisa. El mundo digital ha venido a revolucionar la forma de cómo nos comunicamos e interactuamos con personas en el mundo real, es por eso que esta estrategia es importante para dar a conocer los servicios y productos que se ofrecen para los profesionales en comunicaciones y en el periodismo. Todos los elementos mostrados en el presente informe son indispensables para realizar el trabajo comunicacional en el ámbito digital de forma efectiva, combinando aprendizajes como el diseño gráfico para crear un logotipo adecuado y que represente los valores e ideales de la marca personal, así como la redacción de los contenidos que se mostrarán al público a través de las plataformas digitales seleccionadas. Todo lo mencionado es de suma importancia, pero sobre todo se logrará el éxito de la marca con un posicionamiento digital robusto y fuerte al crear fidelidad entre nuestros consumidores.

Palabras clave: Marketing, Marketing Digital, Redes Sociales, SEO, Facebook, LinkedIn, Comunicaciones, Competencia, Plataformas Digitales.

INTRODUCCIÓN

Estamos viviendo una época de transformaciones y cambios profundos en la sociedad, pues desde la aparición de la primera red social en el año 1997, la forma de cómo interactuamos y nos comunicamos cambió para siempre. El marketing por su parte, tuvo que rediseñarse y evolucionar junto a las nuevas transformaciones digitales, utilizándolas como un medio de promoción, ventas y llevar a cabo las estrategias mercadotécnicas.

De esta forma, las redes sociales se han vuelto el medio y el canal principal de muchas marcas, pues crea cercanía y les da una personalidad y rostro a las empresas para hacer más efectiva la interacción entre empresa y cliente.

Mediante las estrategias digitales de marca se puede realizar una comunicación efectiva con el público para darte a conocer, impulsar las metas y alcanzar los objetivos de la marca. Todo esto se vuelve importante ya que se necesita al personal capacitado con las ideas necesarias para llevar las comunicaciones y soluciones de forma eficaz.

En este informe se manifiestan los pasos fundamentales para realizar una estrategia de marketing efectiva, que conecte con los usuarios de las redes sociales y las plataformas digitales. Este trabajo contiene material muy importante donde explica, detalla y sugiere los pasos a seguir para lograr una estrategia exitosa, abarcando detalles indispensables como la visión y misión de la marca, los pilares fundamentales y los objetivos que requieren ser alcanzados.

En este trabajo se presenta una estrategia de contenidos de la marca para sus plataformas digitales, los cuales conllevan materiales de alto valor para considerar en una estrategia digital como el calendario de publicaciones que es indispensable y el plan de trabajo a seguir en un periodo de tiempo determinado a través de los canales digitales de preferencia de la marca.

DESCRIPCIÓN DE LA MARCA

Joaki Salazar comienza con la idea de ser un referente informativo a nivel nacional, pues su talento al momento de redactar lo pueden llevar a lo más alto en el mundo de las comunicaciones como periodista y Community Manager.

Joaki Salazar es una nueva alternativa de información, que no corresponde a los poderes políticos ni económicos, pues su fin principal es el de informar y acercarse a las empresas de prestigio para que adquieran sus servicios profesionales.

¿Qué hace especial Joaki Salazar? su veracidad, responsabilidad y su honestidad. Es indispensable que la marca se describa con 3 palabras, las cuales son: Humana, veraz y credibilidad.

ANÁLISIS Y SITUACIÓN DE LA MARCA

Joaki Salazar ha comenzado su carrera como un profesional en el periodismo, con un gran potencial de llegar a las grandes mayorías y posicionarse como un referente informativo de El Salvador.

Si bien, es una marca personal que comienza desde cero, estamos con todos ánimos y dispuestos a hacer las cosas de una forma excepcional para llevar a Joaki al siguiente nivel.

Una frase que define la marca Joaki Salazar es que siempre hay que mantener los criterios de ética y profesionalismo al momento de informar. Joaki tiene la idea clara y las metas bien definidas, lo que facilita un perfecto equilibrio entre ser bueno y ser el mejor.

Joaki Salazar, tiene una tonalidad seria e informativa, hace capaz informarse a través de sus textos logra ser atractivo para empresas de comunicación, pues hablar con la verdad y con la cruda realidad de los hechos, hará que se gane el respeto y un lugar como uno de los periodistas y Community Manager con mayor demanda en el país.

Las redes de la marca actualmente no tienen mayor actividad, por lo que el trabajo y la construcción de esta marca personal comienza desde los cimientos.

Análisis de competencia – LinkedIn #1

Para entender a qué nos enfrentamos, identificamos perfiles de periodistas que buscan abrirse paso en el mundo de las comunicaciones.

Se analizó el caso de la periodista *Nathalie Villarroel Urias*, chilena-salvadoreña que ha encontrado su nicho periodístico en las investigaciones arqueológicas, aplicando métodos de la investigación científica. Nathalie realiza publicaciones cada vez, el resto de los días solamente comparte publicaciones de artículos que pueden llegar a ser interesantes para sus lectores.

Su publicación más destacada fue realizada hace dos meses, un artículo cultural e histórico que tiene mucho contenido de valor y sirve para educar sobre el tema de la esclavitud a los salvadoreños.



Nathalie Villarroel-Urias • 3er+ + Seguir ...
Chilena- Salvadoreña / arqueología/ documentalista / ...
2 meses •

Este artículo narra la historia de un salvadoreño y una salvadoreña adolescente que se enfrentaron a la trata y a la esclavitud, el marco legal al respecto y las reacciones de autoridades en ese entonces. Es una publicación de la revista Vértice para El Diario de Hoy en 2006. Desgraciadamente, la trata sigue vigente y los métodos son muy parecidos.



Esclavos del Siglo XXI
Nathalie Villarroel-Urias en LinkedIn • +5 min de lectura
Objeto de venta vidas cautivas Publicación de El Diario de Hoy Suena increíble. Pero es ci...

Análisis de competencia – LinkedIn #2

Otro perfil analizado fue el de Daniel Aguilar, comunicador con máster en comunicación global. Sus publicaciones por lo general suelen ser artículos compartidos de otras cuentas, sobre temas de política, economía y cultura.

En ocasiones, realiza comentarios en inglés, por lo que su alcance puede llegar a ser todavía mayor. Su publicación más destacada en los últimos tres meses fue una postura sobre su grado académico, pues con eso busca llamar la atención de empresas, ya que está a punto de tener un máster en Comunicación Global en Alemania.

Si bien es cierto no es una publicación de mayor interés para el público general, si es una información que podría interesarle a empresas que deseen contratarlo, pues esa es la principal finalidad de LinkedIn.



Análisis de competencia – LinkedIn #3

El último perfil de competencia en LinkedIn analizado fue José Manuel Cabrera, quien no realiza muchas publicaciones en su perfil, pero si comparte sus logros académicos como símbolo y prueba de sus conocimientos y preparación profesional.

Su publicación más destacada la hizo hace 4 días donde informó en su cuenta sobre el logro de concluir un curso de docencia, publicación que tuvo 24 reacciones de otros perfiles.



José Manuel Cabrera Escobar · 3er+
Especialista en Comunicación, Marketing e Innovación ...
4 días · 🌐

+ Seguir

🎓 ¡Estoy emocionado de compartir que he concluido exitosamente el curso de Docencia Universitaria para Modalidad Semipresencial, impartido por la [Universidad Centroamericana José Simeón Cañas!](#)... ver más



Universidad Centroamericana José Simeón Cañas
a través de la Dirección de Innovación Educativa de la Vicerrectoría Académica

hace constar que

José Manuel Cabrera Escobar

ha participado en el **Curso de Docencia Universitaria para Modalidad Semipresencial**, desarrollado por la Dirección de Innovación Educativa, impartido del primero de junio al diez de agosto de dos mil veinticuatro, con un total de 40 horas de formación; habiendo completado un 100%.

Para los usos que se estime conveniente, se extiende la presente constancia, a los veintiséis días del mes de agosto de dos mil veinticuatro.

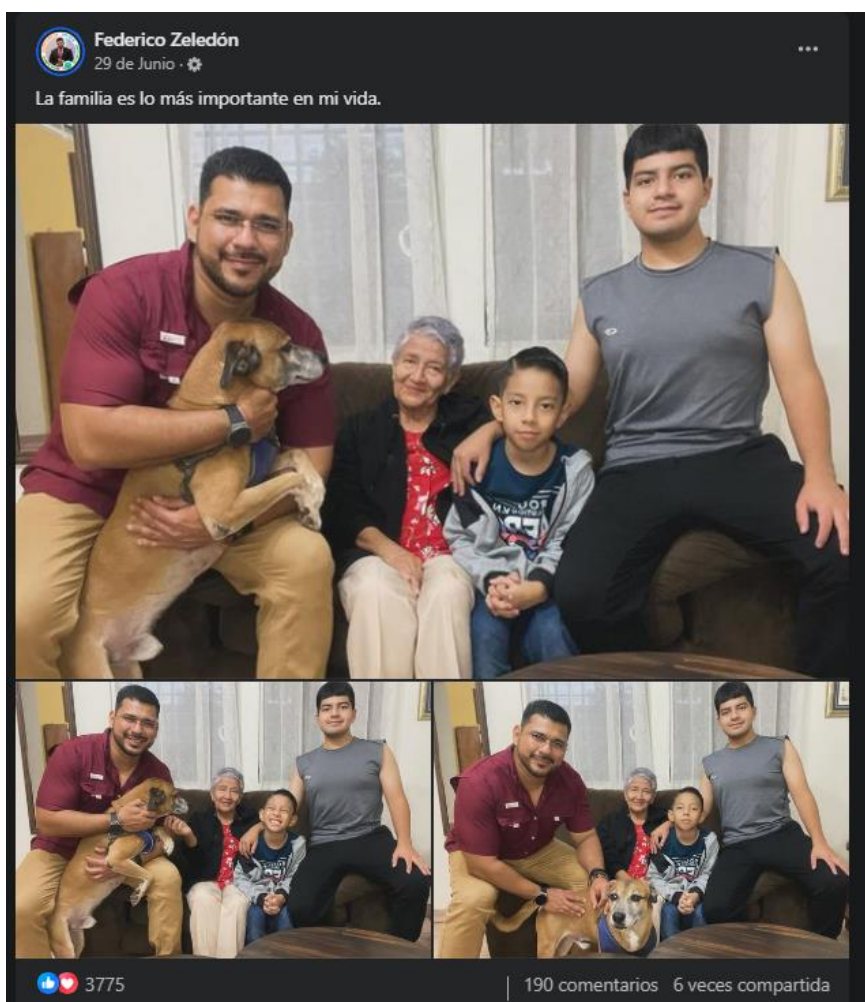
Antiguo Cuscatlán, Departamento de La Libertad, República de El Salvador.

Análisis de competencia – Facebook #1

Se analizó el perfil de Facebook del periodista y presentador de noticias, Federico Zeledón.

En su perfil oficial, no comparte como tal solo publicaciones de su trabajo o de noticias, si no, más bien, de situaciones o momentos de su día a día como profesional, momentos con su familia, etc. No es un contenido plano y meramente informativo, si no de llegar a la gente con publicaciones cercanas sobre su vida personal, fotos de viajes, de su familia y momentos humanos.

Su publicación más destacada fue una serie de fotografías de su familia y su mascota. Con esta publicación no se pretende informar en el menor de los casos, solamente se busca una conexión con su público, con sus lectores y en especial, con sus seguidores.



Análisis de competencia – Facebook #2

Se analizó el perfil de facebook de Julio Guevara, periodista de Canal 12, quien en su página oficial se nota el esmero por crear una conexión con su audiencia que sobrepasa los 1.2 millones. Sus publicaciones suelen ser muy cercanas, momentos de su vida personal y laboral, pero también postea sobre lugares donde lo lleva su trabajo, y en cada publicación, intenta mostrar un lado humano de los hechos con historias de superación, de motivación y haciendo énfasis en lo optimista que es la gente en El Salvador.

Su publicación más destacada de los últimos 3 meses fue el 2 de septiembre, donde hizo un reportaje de una anciana que tiene más de 100 años de edad, pero que eso no le impide seguir superándose. La publicación tiene un texto corto, que resume sobre lo que se tratará el video y por el título de la anciana que tiene más de 100 años, logró captar la atención de su audiencia llegando a más de 10 mil veces compartida y 37 mil reacciones.



Análisis de competencia – Facebook #3

Se analizó el perfil de Facebook del periodista de Noticias 4 Visión, Alex Pineda. Alex, en su página de Facebook en los últimos 3 meses no hizo mayores publicaciones, solamente una publicación, pero analizando post de meses anteriores, vemos el mismo patrón que en otros perfiles, pues el contenido nunca es 100% noticioso o informativo, queda en evidencia que los textos cercanos y fotos o videos del día a día de los periodistas, en la gran mayoría de ocasiones llegan a un buen alcance.

Su única publicación en los últimos 3 meses fue un contenido patrocinado por Banco de América Central por motivo a un evento a realizarse. Alex en el video compartido no hace promoción directa al evento, más bien cuenta como iría vestido al concierto que será gracias a BAC.



OBJETIVOS DE LA MARCA

Objetivos generales de la marca:

- Captar nuevos lectores a través de Facebook para Joaki Salazar
- Alcanzar los 1,000 seguidores en Facebook en los próximos 2 meses con contenido multimedia y atractivo.
- Crear un sitio web de noticias a los 6 meses de dar movimiento a la página de Facebook como otra alternativa de información para las personas que leen artículos webs.
- Alcanzar los 50,000 seguidores en la página de Facebook dentro de un año y un alcance mensual de 70,000 visualizaciones.

Objetivos específicos de la marca:

- Pautar publicaciones en Facebook para obtener seguidores.
- Hacer videos en vivo semanalmente.
- No tener menos de 25 reacciones por cada publicación en Facebook.
- Subir una publicación diaria sobre el día a día de Joaki Salazar.
- Pautar campañas publicitarias para obtener seguidores, anunciando la página de Joaki Salazar en Facebook como el mejor referente informativo.
- Tener un alcance mensual de 40,000 personas en Facebook.
- Crear alianzas informativas con medios de comunicación digitales para el manejo de información y lograr mayor cobertura.
- Consolidarse como un referente informativo local de credibilidad.
- Contratar a colaboradores que apoyen en la producción de material digital a través de LinkedIn.
- Realizar campañas mensuales de contenido multimedia atractivo para jóvenes y estrategias de crecimiento orgánico.
- Ser un referente informativo a nivel nacional y referente en el ámbito digital.
- Crear campañas de crecimiento a través de alianzas estratégicas con influencers.

Análisis FODA

Fortalezas:

- Experiencia de 10 años como periodista.
- Manejo de redes sociales.
- Redacción periodística.
- Cuenta con fuentes de información.
- Trabajo independiente.

Oportunidades:

- Posicionarse en el ámbito periodístico.
- Ser referente informativo.
- Presentar a las personas noticias e historias.
- Manejar las Relaciones Públicas de empresas de renombre.
- Trabajar en un medio de comunicación grande.

Debilidades:

- No maneja equipo fotográfico.
- No habla otros idiomas.
- No cuenta con tiempo libre.
- No se le facilita hablar frente a cámaras.
- Poca experiencia en diseño.

Amenazas:

- Pocos referentes del periodismo en el país.
- Poco espacio para periodistas independientes.
- La población ya no consume medios tradicionales.
- Monopolización y polarización de la información.
- Nuevas tendencias demandan más contenido multimedia.

LOGOS Y COLORES DE LA MARCA

Se utilizó una paleta de colores sencilla, simple y efectiva para el uso en plataformas digitales y redes sociales, colores finos, elegantes y sobrios, aspectos de definen a Joaki Salazar como periodista.

Celeste: 0cc4e5 - Azul: 1f3365 - Blanco: ffffff

La razón por la cual se seleccionó esta paleta de colores es porque hacen un contraste llamativo para el público, entre colores fuertes como el blanco y el celeste y un color apagado y oscuro como el azul marino. ANEXO 1

Se utilizó la letra Bauhaus 93, pues tiene un diseño innovador con curvas pronunciadas y finalizan con cortes planos y sobrios. Además, al final del logo en letras más pequeñas, se colocó la palabra “Periodista”, haciendo referencia a la profesión de Joaki Salazar y para diferenciar su rubro con el de la competencia. También se tomó a bien sustituir la I por una pluma al final de Joaki, lo que hace referencia de su gran talento en redacción.



Otros usos del logotipo de Joaki Salazar

También, se tomó en cuenta la creación de un logo recortado para el uso en espacios más pequeños como en imágenes o fotografías tomadas y creadas por Joaki Salazar.



Usos incorrectos de logotipo



DESCRIPCIÓN DE LA MARCA

Joaki Salazar comienza con la idea de ser un referente informativo a nivel nacional, pues su talento al momento de redactar lo pueden llevar a lo más alto en el mundo de las comunicaciones como periodista y Community Manager.

Joaki Salazar es una nueva alternativa de información, que no corresponde a los poderes políticos ni económicos, pues su fin principal es el de informar y acercarse a las empresas de prestigio para que adquieran sus servicios profesionales.

¿Qué hace especial Joaki Salazar? su veracidad, responsabilidad y su honestidad. Es indispensable que la marca se describa con 3 palabras, las cuales son: Humana, veraz y credibilidad.

Servicios de la marca

- Community Manager.
- Manejo de redes sociales.
- Redactor de noticias para medios digitales e impresos.
- Informar a través de sus redes sociales.

BUYER PERSONA O PÚBLICO OBJETIVO

¿Qué es un Buyer Persona o Buyer Person?

Buyer Persona es la representación ficticia de tu cliente ideal. Está basada en datos reales sobre el comportamiento y las características demográficas de tus clientes, así como en una creación de sus historias personales, motivaciones, objetivos, retos y preocupaciones.

Una buena definición de Buyer Persona pasa justamente por el contacto con tu público objetivo, de manera que en un rápido análisis puedas identificar características comunes entre los potenciales compradores.

Si tienes una base de clientes, ese será el lugar perfecto para empezar tus investigaciones. Aunque tengas perfiles diferentes de individuos o empresas que consumen tu producto, algunos de ellos tienden a ser ejemplos de tu Buyer Persona.

Un consejo importante es enfocarse tanto en clientes satisfechos como insatisfechos. En ambos casos, seguramente aprenderás algo sobre la percepción de tu producto y qué desafíos tus clientes están enfrentando. (AMORTEGUI, 2024)

Diferencias entre Buyer Persona y Público Objetivo:

- **Público objetivo:** hombres y mujeres, de 24 a 30 años, solteros, graduados en arquitectura, con ingresos promedios mensuales de \$3.500.000 que piensan aumentar su capacitación profesional y les gusta viajar.
- **Buyer persona:** Pedro tiene 26 años, es arquitecto recién graduado y autónomo. Piensa desarrollarse profesionalmente haciendo una maestría fuera del país porque le encanta viajar, es soltero y siempre quiso hacer un intercambio. Está buscando una agencia que lo ayude a encontrar universidades en Europa que acepten a alumnos extranjeros. (AMORTEGUI, 2024)

Buyer persona 1



Buyer persona 2



Buyer persona 3



Buyer persona 4



CANALES DIGITALES DE LA MARCA

Una de las redes sociales seleccionadas en esta estrategia es Facebook, pues es la red social mayor cantidad de usuarios en el mundo y en El Salvador, lo que favorece al momento de publicar noticias, pues ahí se encuentra la mayor cantidad de personas en rangos de edades de 25 a 60 años, el cual es nuestro público objetivo. Facebook es la red social por excelencia de los grandes medios de comunicación y de los perfiles periodísticos más relevantes del país. Facebook permite un sin fin de contenido multimedia, como videos, videos en vivo, publicaciones con gran número de fotografías y crear grupos como comunidades focalizadas. Facebook se ha tomado como la plataforma base de esta estrategia para comenzar a llamar a la audiencia nacional y luego trasladar todo el contenido informativo a nuevas redes sociales de Joaki Salazar.

La otra plataforma digital seleccionada para esta estrategia es LinkedIn, la plataforma para profesionales por excelencia.

Esta plataforma se seleccionó porque aquí están las grandes empresas y los grandes profesionales en las comunicaciones, además que Joaki Salazar podrá encontrar ofertas laborales reales y de acuerdo a sus necesidades y exigencias.

Con el crecimiento de las otras plataformas, LinkedIn se convertirá en nuestro hobby para periodistas que buscan empleo y oportunidades laborales.



Joaki Salazar

15 Me gusta • 79 seguidores

Publicaciones

Información

Fotos

Videos



Joaki Salazar

Periodista Community manager

Diario Co Latino • Universidad de El Salvador

El Salvador • [Información de contacto](#)

52 contactos

MEDICIÓN, ANÁLISIS DE DATOS Y KPI'S

En este apartado definiremos los indicadores que nos demostrarán con el pasar del tiempo y siguiendo con la estrategia, si hemos alcanzado los objetivos previamente propuestos. Las KPIs que se mostrarán son las que nos ayudarán a llevar las métricas, el alcance, la cantidad de seguidores, cantidad de interacciones, nos ayudarán a corregir errores, a solventar dudas y lo principal, nos apoyarán a alcanzar los objetivos de esta estrategia.

- *¿Qué son las KPI'S?*

El término KPI, siglas en inglés, de Key Performance Indicator, cuyo significado en castellano vendría a ser Indicador Clave de Desempeño o Medidor de Desempeño, hace referencia a una serie de métricas que se utilizan para sintetizar la información sobre la eficacia y productividad de las acciones que se lleven a cabo en un negocio con el fin de poder tomar decisiones y determinar aquellas que han sido más efectivas a la hora de cumplir con los objetivos marcados en un proceso o proyecto concreto.

Los KPI también son conocidos como indicadores de calidad o indicadores clave de negocio que pueden ser utilizados y aplicables en cualquier área de negocio y sector productivo, aunque son utilizados de una forma muy habitual en el marketing online.

“El objetivo último de un KPI es ayudar a tomar mejores decisiones respecto al estado actual de un proceso, proyecto, estrategia o campaña y de esta forma, poder definir una línea de acción futura”. (LOGICALIS, 2017)

La primera métrica que nos ayudará a definir si estamos alcanzando los objetivos es el **Alcance**, ya que esta métrica consideramos, es una de las más importantes en nuestra estrategia, pues todo se basa en la cantidad de personas que nuestras publicaciones lleguen a los usuarios de los canales digitales seleccionados. Esta KPI nos ayudará a corroborar el alcance de los objetivos 2, 4 y 5, donde se menciona que se prevé llegar a un alcance mensual de 70,000 usuarios. Un alcance alto también nos ayudará a ganar un prestigio y posicionarnos como un referente informativo de El Salvador.


Otra KPI seleccionada es la de los **seguidores** que se han ganado mensualmente. Esta métrica se relaciona con los objetivos 1, 2, 3 y 5, donde la meta real es alcanzar los 50,000 seguidores en un periodo de un año. En Facebook y LinkedIn los seguidores son una base fundamental, ya

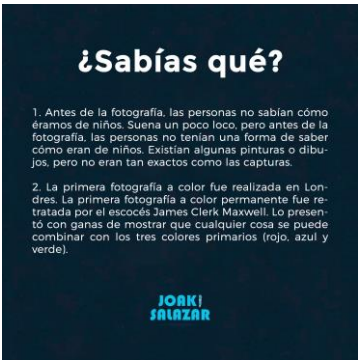

que cada seguidor tiene una alta probabilidad de que las publicaciones de Joaki Salazar aparezcan en su feed, lo que lleva a brindarnos mayor alcance y tener más interacciones en los canales digitales seleccionados.

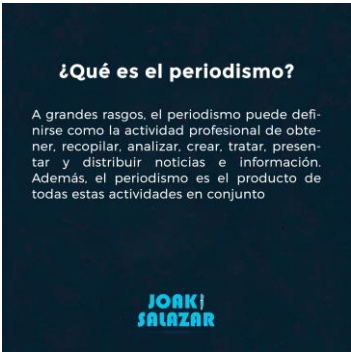

Las **interacciones** son el reflejo de una buena estrategia, pues una publicación con muchas interacciones, demuestra un alcance alto de las publicaciones y atrae a más usuarios. Las métricas para medir las interacciones han sido seleccionadas ya que son el reflejo de que los canales digitales de esta estrategia están teniendo éxito. Esta KPI se relaciona con los objetivos 1, 2, 3, 4 y 5, ya que las interacciones llaman a más seguidores y en las campañas de crecimiento de seguidores son de suma importancia para invitar a usuarios a seguir los canales digitales de Joaki Salazar.

PLAN DE CONTENIDOS - LINKEDIN


<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> LinkedIn - CALENDARIO DIARIO DE CONTENIDO  </div>							
FE CH A	TIPO DE CONTE NIDO	FOR MAT O	INSUMO A UTILIZAR	COPY	¿SE PAU TAR Á?	MONT O DE PAUTA	
1 de octu bre	Contenid o de valor	Arte		Métricas clave de LinkedIn de las que hacer un seguimiento: Análisis de seguidores El volumen de menciones Compromiso con los contenidos Alcance en las redes sociales Visitantes Plomos Competidores Defensa de los trabajadores	No	\$ -	

2 de octubre	Contenido de valor	Arte	 <p>Consejos para verte profesional en LinkedIn</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Usa una foto formal y bien iluminada 2. Destaca proyectos pero también logros 3. Comienza agregando a gente que te conozca bien 4. Pon tu perfil de LinkedIn en español y en inglés 5. Escribe en presente y en primera persona 6. Pide a tus contactos validar tus aptitudes 7. Si eres recién egresado, destaca experiencia en prácticas y voluntariados 8. Aprovecha las opciones multimedia 9. Valora si realmente necesitas la versión de paga de LinkedIn <p>JOAKI SALAZAR</p>	Te dejamos unos consejos para que tu perfil profesional en LinkedIn luzca lo más profesional posible.	No	\$0.00
3 de octubre	Contenido de valor	Link	https://www.toulouseautrec.edu.pe/blogs/que-necesito-ser-fotografo-profesional	Aprende a ser un fotógrafo profesional con esta guía que hemos encontrado para ti: https://www.toulouseautrec.edu.pe/blogs/que-necesito-ser-fotografo-profesional	No	\$0.00
4 de octubre	Contenido de valor	Link	https://elsalvadorcurioso.blogspot.com/2024/05/aurorasborealesenelsalvador.html	Aquí compartimos contigo un importante blog sobre la falsificación de fotos y cómo podemos caer en las fake news y que no todo lo que vemos en redes sociales es real. https://elsalvadorcurioso.blogspot.com/2024/05/aurorasborealesenelsalvador.html	No	\$0.00

5 de octubre	Contenido de valor	Arte	 <p>¿Sabías qué?</p> <p>1. Antes de la fotografía, las personas no sabían cómo éramos de niños. Suena un poco loco, pero antes de la fotografía, las personas no tenían una forma de saber cómo eran de niños. Existían algunas pinturas o dibujos, pero no eran tan exactos como las capturas.</p> <p>2. La primera fotografía a color fue realizada en Londres. La primera fotografía a color permanente fue tratada por el escocés James Clerk Maxwell. Lo presentó con ganas de mostrar que cualquier cosa se puede combinar con los tres colores primarios (rojo, azul y verde).</p> <p>JOAKI SALAZAR</p>	La fotografía es un arte, es un recuerdo de lo que el tiempo se llevó. Te dejamos unos datos curiosos que a lo mejor no sabías de la fotografía.	No	\$0.00
6 de octubre	Contenido de valor	Arte	 <p>Recomendaciones para un buen uso de las Redes Sociales</p> <p>Corrobora la información. Busca información clara y precisa en las fuentes oficiales. No la compartas si no estás seguro. Comparte información cierta y positiva. Cita siempre la fuente de información. Evita tuitear links que no se hayan comprobado o de sitios que no estén verificados. Comprueba la autenticidad de las imágenes. Evita reenviar en formato de "cadena" información falsa a tus contactos. Cuida la calidad de los mensajes y si recibes una amenaza repórtala, de inmediato. Procura mantenerte informado por fuentes oficiales y por más de un medio de comunicación para comparar</p> <p>JOAKI SALAZAR</p>	Te dejamos unas recomendaciones para que hagas un buen uso de las redes sociales.	No	\$0.00
7 de octubre	Contenido de valor	Video	https://www.youtube.com/watch?v=HJcp_kPLoLY	Aquí un video tutorial de como hacer fotografía de producto publicitario:	No	\$0.00

8 de octubre	Contenido de valor	Arte	 <p>¿Qué es el periodismo?</p> <p>A grandes rasgos, el periodismo puede definirse como la actividad profesional de obtener, recopilar, analizar, crear, tratar, presentar y distribuir noticias e información. Además, el periodismo es el producto de todas estas actividades en conjunto.</p> <p>JOAKI SALAZAR</p>	A grandes rasgos, ¿Qué es el periodismo? Aquí una definición sencilla.	No	\$0.00
9 de octubre	Contenido de valor	Link	https://historia.nationalgeographic.com/es/a/diez-periodistas-que-cambiaron-historia_19516	Conoce un poco sobre la historia del periodismo y sus más grandes representantes en la historia.	No	\$0.00
10 de octubre	Contenido de valor	Arte	 <p>¿Cómo utilizar la inteligencia Artificial en la educación?</p> <p>La inteligencia artificial ya se utiliza de muchas maneras en la educación, por ejemplo para proporcionar información personalizada a los alumnos, automatizar tareas administrativas e incluso identificar áreas en las que los estudiantes pueden necesitar ayuda adicional. Sin embargo, esto es sólo el principio. La IA evoluciona constantemente y se adapta a nuevos retos, lo que significa que las posibilidades de utilizarla en la educación son prácticamente ilimitadas.</p> <p>JOAKI SALAZAR</p>	Las nuevas tecnologías han realizado una revolución en la educación. La IA está llegando, y no debemos quedarnos atrás.	No	\$0.00

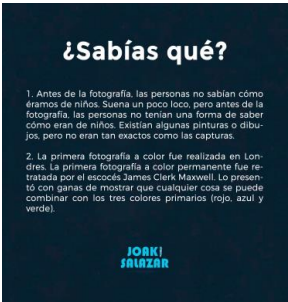
11 de octu bre	Contenid o de valor	Arte		¿No tienes una computadora o medios para tener un programa de edición de fotos y quieres tener resultados como un profesional? Aquí te dejamos las apps para celular que pueden darte resultados asombrosos.	No	\$0.00
12 de octu bre	Contenid o de valor	link	https://www.xatakandroid.com/listas/mejores-apps-ia-para-tu-android-chatgpt-a-luzia	Conoce las mejores Inteligencias Artificiales para tu celular. https://www.xatakandroid.com/listas/mejores-apps-ia-para-tu-android-chatgpt-a-luzia	No	\$0.00
13 de octu bre	Contenid o de valor	fotogr afía		La canon EOS 4000D es una de las mejores cámaras fotográficas para iniciarse en el mundo de la fotografía. Esta es nuestra recomendación del día para ti.	no	\$0.00



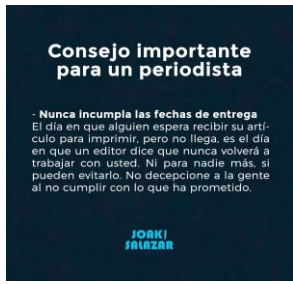
14 de octubre	Contenido de valor	fotografía		<p>Así como te recomendamos una cámara para comenzar en el mundo de la fotografía, hoy te recomendamos un lente increíble para tu comienzo. Esta es la recomendación el canon 18-55, ya que este lente es versátil, cómodo y accesible en cuanto a precios.</p> <p>Puedes sacarle bastante provecho en fotografías de paisaje y retratos. Es muy probable que, para empezar, quieras experimentar primero con estas fotos.</p> <p>Puedes practicar en cualquier parque, calle o en tu propia casa si observas detenidamente.</p>	No	\$0.00
---------------	--------------------	------------	---	--	----	--------


15 de octu bre	Contenid o de valor	Link	https://asana.com/es/resources/social-media-metrics	¿Cómo analizar métricas en redes sociales? Compartimos contigo una importante información: https://asana.com/es/resources/social-media-metrics	No	\$0.00	
-------------------------	---------------------------	------	---	---	----	--------	--

PLAN DE CONTENIDOS – FACEBOOK


<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> CALENDARIO DIARIO DE CONTENIDO  </div>							
FEC HA	TIPO DE CONTENIDO	FORM ATO	INSUMO A UTILIZAR	COPY	¿SE PAUTAR Á?	MONTO DE PAUTA	
1 de octubr e	Contenido de valor	fotografi a		<p>Un paseo por San Salvador Como en gran parte de los cascos históricos, la Catedral Metropolitana de San Salvador es uno de los principales monumentos a visitar en el centro de la ciudad. Sin embargo, la imagen arquitectónica más conocida del país es la del la Iglesia del Rosario, donde reposan los cuerpos de los héroes de la independencia</p>	No	\$ -	


				<p>salvadoreña, cuyo diseño obra del escultor Rubén Martínez la han convertido en uno de los templos más bellos de Centroamérica. En un paseo por sus calles, se debe hacer una parada en la plaza Libertad, cuyo monumento Ángel de la Libertad es el símbolo de la independencia del país, y en el Palacio Nacional, el lugar donde se ha desarrollado la historia política de El Salvador.</p>			
2 de octubre	Contenido de valor	Arte	 <p>¿Sabías qué?</p> <p>1. Antes de la fotografía, las personas no sabían cómo éramos de niños. Suenan un poco loco, pero antes de la fotografía, las personas no tenían una forma de saber cómo eran de niños. Existían algunas pinturas o dibujos, pero no eran tan exactos como las capturas.</p> <p>2. La primera fotografía a color fue realizada en Londres. La primera fotografía a color permanente fue tratada por el escocés James Clerk Maxwell. Lo presentó con ganas de mostrar que cualquier cosa se puede combinar con los tres colores primarios (rojo, azul y verde).</p> <p>JOAKI SALAZAR</p>	La fotografía es un arte, es un recuerdo de lo que el tiempo se llevó. Te dejamos unos datos curiosos que a lo mejor no sabías de la fotografía.	no	\$0.00	

3 de octubre	Contenido de valor	Arte		Uno de los principales errores de los fotógrafos principiantes:	No	\$0.00	
4 de octubre	Contenido de valor	Arte		No cometas este error común como periodista. Mal Interpretar los hechos es un error garrafal que los lectores no perdonan.	No	\$0.00	
5 de octubre	Contenido de valor	Arte		Si eres un periodista principiante, no olvides este importante consejo:	No	\$0.00	

6 de octubre	Contenido de valor	Fotografía		<p>Muy cerca de la ciudad se encuentra el una de las reservas naturales más importantes de El Salvador, el Parque Nacional El Boquerón. Esta área protegida a pocos minutos de la capital es un verdadero oasis natural donde se encuentra el cráter del volcán de San Salvador, a 1800 metros de altitud. Los amantes de la naturaleza y del trekking encontrarán aquí un lugar de paz y tranquilidad en donde poder hacer caminata de alrededor de 25 minutos recorriendo el cráter de este volcán, de 1,5 kilómetros de diámetro y 558 metros de profundidad.</p>	Si	\$5.00	
--------------	--------------------	------------	---	--	----	--------	--


				En este paseo, además de una abundante naturaleza, también hay vida silvestre, como armadillos, mapaches, venados o zorros.			
7 de octubre	Contenido de valor	Arte		Aprende sobre los principios básicos de la fotografía. El triángulo de la exposición es la teoría principal que como fotógrafo debes saber.	Si	\$10.00	

8 de octubre	Contenido de valor	Arte		<p>Tu mejor opción de un profesional en las comunicaciones y el marketing digital.</p> <p>Cualidades del Community Manager Joaki Salazar:</p>	Si	\$10.00	
--------------	--------------------	------	---	---	----	---------	--


9 de octubre	Contenido de valor	Fotografía		<p>Cultura milenaria</p> <p>A 80 kilómetros de El Salvador, en el departamento de Santa Ana, se encuentra el Parque Arqueológico de Tazumal, un área arqueológica que congrega sitios como Pampe, El Trapiche, Las Victorias, Casa Blanca, San Francisco y Nuevo Tazumal, entre otros. Esta zona, Chalchuapa, fue una ciudad con cultura propia formada a través de la influencia de los diferentes grupos que durante siglos concretamente desde el 1200 a.C. ocuparon la zona, como mayas, teotihuacanos o toltecas.</p>	No	\$0.00	
--------------	--------------------	------------	---	--	----	--------	--


				<p>En 1940 el arqueólogo Stanley Boggs identificó en Tazumal 13 estructuras, desde plataformas pequeñas hasta grandes montículos, entre las que se encontraron vasijas, joyería de jade, espejos de pirita, cerámicas y artefactos de juego de pelota. El museo que lleva su nombre, hace un recorrido por la secuencia habitacional de las diferentes culturas prehispánicas que pasaron por estas tierras y que representan el área arqueológica de Chalchuapa.</p>			
--	--	--	--	---	--	--	--


10 de octubre	Contenido de valor	Arte	<p>Consejo importante para un periodista</p> <p>Nunca intente sonar demasiado listo Las palabras largas, las ideas complejas y la redacción pretenciosa son enemigos de la comunicación clara y sencilla. Use un lenguaje que todos entiendan fácilmente. Piense en Orwell o Hemingway en lugar de retórica ornamental o líricas de fantasía florida.</p> <p>No se extienda demasiado Si está entusiasmado con un tema, es difícil dejar de añadir detalles cada vez más prolíficos al respecto, pero si solo le han dado 500 palabras para la pieza, si envía algo dos o tres veces más extenso, complicará todo el proceso de edición y será más probable que alguien elimine información importante de su reportaje o lo convierta en un galimatías.</p> <p>JOAKI SALAZAR</p>	Toma en cuenta estos consejos como periodista:	No	\$0.00	
11 de octubre	Contenido de valor	Link	https://trampress.com/manual-de-redaccion-periodistica/	Te compartimos un artículo web importante para aprender sobre las normas básicas de redacción periodística. Aquí el link: https://trampress.com/manual-de-redaccion-periodistica/	No	\$0.00	

12 de octubre	Contenido de valor	Fotografía		<p>Bañarse en un lago volcánico</p> <p>Cuatro erupciones cataclísmicas dieron lugar al origen del Lago de Coatepeque, un lago cuyo topónimo significa Cerro de Culebras en lenguaje náhuatl, que es hoy uno de los lugares de recreo y de actividades náuticas y de naturaleza más importantes del país. Resultado de una gran erupción explosiva sucedida entre 57.000-72.000 a.C., este lago cuenta con dos accidentes geográficos convertidos en dos pequeñas penínsulas denominadas Los Antojos y Isla del Cerro, donde los</p>	no	\$0.00	
---------------	--------------------	------------	---	---	----	--------	--

				<p>indígenas pipiles tenían un templo y un monolito representativo de la diosa Itzcueye. Esta zona es perfecta para la observación de aves residentes y migratorias, ciclismo de montaña, pesca, buceo, kayak, jet sky y lancha, además de contar con diferentes miradores desde los que disfrutar de una espectacular vista a este lago con forma de cono de volcán.</p>			
--	--	--	--	---	--	--	--

13 de octubre	Contenido de valor	Carrete de fotos		<p>Te dejamos una serie de fotografías históicas que han quedado para ls posteridad:</p> <p>1. Foto de la Torre Eiffel en construcción. 2. Trabajadores en New York descansando durante la contrucción de las Torres Gemelas. 3. El triunfo de la Revolución Rusa. 4. La entrada de los Alemanes a Paris por el Arco del Triunfo.</p>	No	\$0.00	
---------------	--------------------	------------------	--	--	----	--------	--

14 de octubre	Contenido de valor	Arte	 <p>LAS 5 REDES SOCIALES MÁS UTILIZADAS ALREDEDOR DEL MUNDO</p> <p>Es fundamental que identifiques cuál es la red que mejor le conviene a tu negocio, echo en que a los siguientes números:</p> <ul style="list-style-type: none"> Facebook: Más de 2.800 millones de usuarios (2.764 que son usuarios activos) YouTube: Más de 800 millones de usuarios activos Instagram: Más de 2.448 millones de usuarios activos TikTok: Más de 1.000 millones de usuarios activos LinkedIn: Más de 600 millones de usuarios activos <p>JORGE SUAREZ</p>	Estas son las redes sociales y p' plataformas digitales con más usuarios en el mundo que tu marca no debe ignorar.	No	\$0.00	
---------------	--------------------	------	---	--	----	--------	--

15 de octubre	Contenido de valor	Arte		<p>Estos son algunas métricas que debes tener en cuenta en Facebook: 1. La interacción de tu post con el público. Esta métrica se encarga de medir la relevancia de tu post para el público: si le gusta, si lo comparte, si comenta o si hace clic en un enlace. Se trata de un reflejo de la respuesta emocional de los usuarios. Si tu página de facebook tiene 4.000 seguidores, pero tus posts tienen una media de 5 me gusta, debes replantear tu estrategia.</p> <p>Esta métrica determina dónde aparecerán tus publicaciones en las noticias</p>	No	\$0.00	
---------------	--------------------	------	---	--	----	--------	--

				<p>de tus posibles clientes. Cuan más relevante se tu publicación, habrá mayor probabilidad de que aparezca a tus seguidores.</p> <p>Métricas-Facebook- Interacción</p> <p>2.El alcance de tus publicaciones</p> <p>Esta muestra la cantidad de usuarios que visualizan tu publicación y te permite analizar ambos alcances: el orgánico y el pagado. Si, por ejemplo, tienes 100.000 seguidores y tu alcance es del 1%, tu inversión y tiempo han sido malgastados en contenido de alcance</p>			
--	--	--	--	---	--	--	--

				<p>insuficiente.</p> <p>3. El me gusta y los seguidores de tu página Te permite ver la cantidad de gente a la que le gusta tu página y ha compartido o publicado tu contenido en sus noticias. Dispones de una vista más detallada de estos datos en la pestaña de estadísticas. esta, te permitirá ver los me gusta en orden cronológico y un desglose de aquellos obtenidos de forma orgánica o pagada.</p> <p>Los me gusta no representan, necesariamente, el éxito de tus esfuerzos de marketing,</p>			
--	--	--	--	---	--	--	--

				<p>como el engagement o el alcance de tus publicaciones, pero si no obtienes un crecimiento de forma regular, algo no va bien. como ecommerce quieres retener lo que tienes y adquirir nuevos clientes, por eso esta métrica es tan importante.</p> <p>4. El visionado de vídeos Esta se aplica a aquellas páginas que están afinando la popularidad de los vídeo en Facebook. Desde enero de 2016 se ven cerca de 100 millones de horas de vídeo al día, solo en Facebook. Esta forma de marketing se ha disparado, sin embargo, no</p>			
--	--	--	--	--	--	--	--

				<p>todo el contenido vale, debe ser algo atractivo.</p> <p>Si posees un vídeo de 3 minutos, pero tu audiencia solo llega al primer minuto, el contenido necesita optimizarse. Puedes ver la retención de público accediendo a lo detalles de publicación en tu vídeo y al seleccionar el tiempo de reproducción promedio.</p> <p>5.CTR</p> <p>En los anuncios de Facebook puedes visualizar más de 100 métricas, aunque los objetivos de tu marca te dictarán cuáles son las que realmente te importantes.</p>			
--	--	--	--	--	--	--	--

				<p>Sin embargo, el imprescindible es el CTR. Esta métrica muestra el porcentaje de personas que visualizan tu anuncio y hacen clic en él. En el caso de un CTR bajo, significa que los usuarios están visualizando el contenido, pero no toman ninguna medida. Podrás determinar si tu contenido es atractivo o no y obtendrás una puntuación de relevancia en el anuncio con el contenido más atractivo.</p> <p>Dado que Facebook utiliza un algoritmo para posicionar publicaciones en el feed, cuantas más impresiones,</p>			
--	--	--	--	--	--	--	--

				<p>pero no clics, asumirá que tu audiencia no está interesada.</p> <p>Un CTR bajo puede suponer un mayor pago por clic y un rendimiento general deficiente.</p>			
--	--	--	--	---	--	--	--

FUENTES CONSULTADAS

AMORTEGUI, T. (19 de 06 de 2024). *rdstation.com*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/blog/es/buyer-persona/>

LOGICALIS. (29 de septiembre de 2017). *logicalis.com*. Obtenido de <https://blog.es.logicalis.com/analytics/kpis-qu%C3%A9-son-para-qu%C3%A9-sirven-y-por-qu%C3%A9-y-c%C3%B3mo-utilizarlos>