

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



**TITULO:**

***ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL, MARCA PERSONAL: YAMILETH***

***MEJÍA***

**PRESENTADO POR:**

**CLAUDIA LISBETH AYALA VÁSQUEZ**

**CARNÉ:**

**AV17071**

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

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:**

**LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ**

**COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADO:**

**MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA,  
SAN SALVADOR CENTRO, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, ENERO DEL  
2025.**

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD**

**RECTOR**

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN MATA

**VICERRECTORA ACADÉMICA**

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

LICENCIADO PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

**SECRETARIO GENERAL**

LICENCIADA ANA RUTH AVELAR

**DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

LICENCIADO CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA

**FISCAL GENERAL**

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE

**DECANO**

MAESTRA MARÍA BLAS 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

En primera instancia, quiero agradecer a Dios por permitirme llegar a este momento tan especial de mi vida, un logro que creo que todas las personas que estudiamos en esta universidad anhelamos alcanzar.

Quiero agradecer profundamente a mis padres por confiar en mí. Sin ellos, este sueño no habría sido posible. Gracias a mi mamá, quien siempre me inspiró a seguir adelante y luchar por mis metas, quién me enseñó que la valentía es su mejor arma. Y a mi papá, por motivarme y ser quien despertó en mí el deseo de estudiar en la única universidad pública del país. Un hombre valiente e importante.

También quiero expresar mi gratitud a mi hermana Denia, mi mayor inspiración para salir adelante en la universidad. Un ejemplo de valentía y resiliencia en todo momento. Al igual que ella, yo deseaba seguir sus pasos y demostrar que, aunque estudiar aquí no es fácil, tampoco es imposible.

A mis hermanos: Ernesto, Leonel, Jorge e Iván, les agradezco por siempre estar ahí, ya sea ayudándome con alguna tarea, motivándome o incluso acompañándome en algunas actividades académicas. Su apoyo fue invaluable en este camino.

Quiero agradecer enormemente a mis compañeros del Departamento de Periodismo de la UES. César, Blanquita, Arnoldo, Kelly, los apopenses, Montes, Gerardo... Sin ustedes, la universidad habría sido mucho más aburrida. Gracias por apoyarme y soportarme en cada trabajo que realizamos juntos.

La universidad no solo me regaló compañeros extraordinarios, sino también grandes amigos que ahora forman parte importante de mi vida, como lo son Blanqui y Lucero. Además, me dio amistades valiosas que siempre estuvieron a mi lado, como Roberto Moreno, a quien le agradezco profundamente.

Este logro se lo dedico con todo mi corazón a mis abuelos en el cielo, Papá Manuel y Mamá Rosita. Sé que están orgullosos de mí desde donde están. También se lo dedico a mis abuelos que tendrán la dicha de verme graduar dentro de poco: Abuela Fina y Papá Evelio.

Quiero agradecer también a mis tíos Briseida, Alvy, Sary y Jaime, por su apoyo constante e incondicional. Y, por supuesto, al grupo Tomates, que siempre ha estado conmigo apoyándome

Este es un sueño que tuve desde hace mucho tiempo, y hoy, al llegar a la meta, solo puedo decir que queda seguir insistiendo, resistiendo en este país. Mi compromiso es ejercer un periodismo valiente y crítico, como una *muckraker*.

# ÍNDICE

RESUMEN	15
INTRODUCCIÓN	16
PRESENCIA ACTUAL DE LA MARCA	17
DESCRIPCIÓN E INFORMACIÓN DE LA MARCA	19
FODA	20
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	21
DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	26
IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO (BUYER PERSONA)	27
SELECCIÓN DE LOS CANALES DIGITALES	31
PLAN DE CONTENIDOS	32
CALENDARIO DE CONTENIDO	33
BIBLIOGRAFÍA	39
ANEXOS	40
Piezas Gráficas para Instagram:	40

## RESUMEN

La estrategia de marketing digital desarrollada para Yamileth Mejía busca fortalecer su marca personal y captar nuevos clientes en el ámbito de ventas de publicidad para radio, planificación de medios y redacción digital. Se enfocó en plataformas clave como Instagram y LinkedIn, optimizando su potencial para networking y posicionamiento. A través de un análisis FODA, se identifican fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en el mercado. Asimismo, se crearon perfiles de cliente ideal (buyer persona) para comprender mejor las necesidades del público objetivo. Se especifican objetivos específicos para cada red social, alineados con KPIs que permiten medir el éxito a lo largo del tiempo. La estrategia resalta la trayectoria y experiencia de Yamileth en el sector, priorizando la creación de contenido relevante y adaptado a sus clientes potenciales.

**Palabras clave:** marketing digital, estrategia digital, redes sociales, marca personal, SEO, contenido, plataformas digitales

## INTRODUCCIÓN

En este proyecto, se desarrolla la estrategia digital de la marca personal de la compañera Gloria Yamileth Mejía Hernández, donde se buscó plantear una estrategia excelente para poder desarrollar una planificación y poder alcanzar los objetivos esperados de la marca del cliente.

Se encontrará el análisis de la situación actual de la marca personal y la selección de las redes sociales con las cuales la clienta (Gloria Mejía) venderá sus servicios profesionales.

A su vez, se planteó el FODA de la marca, esta técnica ayuda a mejorar la presencia de la marca en el futuro.

En este proyecto, se definieron objetivos SMART para la marca personal de **Gloria Yamileth Mejía Fernández**, con el propósito de optimizar su presencia digital y captar nuevos clientes interesados en sus servicios profesionales, específicamente en ventas de publicidad para radio, planificación de medios y redacción digital.

Se elaboraron perfiles de **Buyer Persona** que permitieron imaginar y determinar qué tipos de clientes potenciales podrían requerir los servicios de la marca en el futuro. Estos perfiles fueron diseñados considerando las necesidades y comportamientos del público objetivo, asegurando así que las estrategias de comunicación estén alineadas con sus expectativas.

Asimismo, se realizó un análisis detallado de la competencia actual en El Salvador en las áreas de ventas publicitarias, planificación de medios y redacción digital, identificando oportunidades para diferenciar la marca en el mercado. Además, se selecciona **LinkedIn e Instagram** como plataformas principales

## PRESENCIA ACTUAL DE LA MARCA

Las redes sociales, hoy en día, son herramientas esenciales para incrementar las oportunidades laborales y posicionar servicios profesionales en el mercado. Además, permiten establecer conexiones con empresas e instituciones que requieran apoyo en áreas clave como la planificación de medios y la redacción digital.

Por esta razón, la marca personal "**YM Comunicaciones** " se enfocará en ofrecer servicios especializados en: Ventas de publicidad para radio, Planificación de medios, Redacción digital.

Las redes sociales seleccionadas, **LinkedIn** e **Instagram** , serán fundamentales para alcanzar estos objetivos. En LinkedIn, se trabajará en construir desde cero un perfil profesional que refleje la experiencia y las habilidades de la marca, estableciendo una conexión directa con clientes potenciales y colaboradores del ámbito publicitario. Por otro lado, Instagram será utilizado para compartir contenido visual y dinámico, mostrando proyectos realizados, colaboraciones y logros destacados, además de promocionar servicios y mantener una comunicación constante con la audiencia.

La estrategia busca generar confianza y credibilidad a través de estos perfiles, fortaleciendo la relación con el público objetivo y motivando a los clientes potenciales a contratar los servicios de la marca.

Link del perfil de LinkedIn de "YM Comunicaciones" :

<https://www.linkedin.com/in/yamileth-mej%C3%ADa-9a217a319/>

Link del perfil de Instagram:

<https://www.instagram.com/gloriafernandez911?igsh=bzEwd2QwemRhMTN>

Logo de la marca de LinkedIn :



Para la marca personal se creó un logo desde la identificación de sus servicios. En el diseño realizado se colocaron las iniciales “YM COMUNICACIONES ” del nombre y apellido de color negro sobre un fondo gris. Por otro lado, se puso el nombre completo “comunicaciones” debajo de las iniciales. Además de agregar un lema titulado: “ESTA EN TI, ESTÁ EN LO QUE HACEMOS, para tener presencia en los clientes.

## DESCRIPCIÓN E INFORMACIÓN DE LA MARCA

Presencia en redes sociales LinkedIn: Yamileth ha iniciado su presencia desde cero, lo que representa una oportunidad para construir su red de contactos profesionales y dar a conocer su trabajo en un entorno ideal para conectar con empresas y profesionales del sector. Sin embargo, también implica el desafío de crecer su red y destacar frente a competidores en el mismo espacio.

Instagram: Se utilizará para mostrar los eventos que cubre, lo que es una estrategia visual efectiva para captar clientes interesados en sus servicios. Instagram es un canal adecuado para el sector de eventos y publicidad, ya que permite mostrar resultados de forma atractiva. El reto aquí será generar contenido constante y mantener una identidad visual coherente.

### **Servicios que ofrece:**

**Coordinación de ventas en pauta publicitaria para radio:** Este servicio puede posicionarla como una experta en la venta de espacios publicitarios en un medio tradicional que sigue siendo relevante.

**Planner de medios:** Este rol le permite crear y coordinar estrategias efectivas de comunicación, posicionándose como una profesional integral en la planificación y gestión de medios.

**Redactora digital:** Al ser una redactora digital, puede ofrecer contenido atractivo y adaptado a las necesidades del cliente, lo que le da un valor añadido al paquete de servicios que ofrece.

### **Los retos de la marca**

1. Posicionarse como la principal y dar a conocer sus servicios
2. Competencia en el mercado
3. Cambio en el comportamiento del consumidor

## FODA

El análisis FODA es una herramienta estratégica que permite estudiar tanto los aspectos internos como externos de un proyecto u organización. A través de esta metodología, se identifican las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, ofreciendo una visión integral para la toma de decisiones y el desarrollo de estrategias efectivas.

**Fortalezas:** Líder, creativa, originalidad y organizada

**Oportunidades:** Coordinadora de ventas en pauta publicitaria para radio, planificación de medios y experta en redacción digital.

**Debilidades:** Marca recién iniciada, falta de seguidores en sus cuentas principales, falta de herramientas adecuadas y presupuesto.

**Amenazas:** Periodistas con mayor trayectoria, empresas que realicen grandes planificación de medios y cierre de medios de comunicación.

## ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En este análisis se ha llevado a cabo un análisis detallado de la competencia directa de Yamileth Mejía, enfocándose en personas salvadoreñas que brindan servicios similares en el ámbito de la coordinación de ventas de publicidad radial, planificación de medios y redacción digital. Para este propósito, se seleccionaron tres perfiles destacados en LinkedIn y tres en Instagram, evaluando tanto el contenido de sus publicaciones como la optimización y efectividad de sus perfiles en dichas plataformas.

**Diana Rodríguez** es licenciada en Comunicaciones y ha trabajado en Ogilvy El Salvador. Se ha dedicado a la planificación, producción y edición de artes visuales, así como a la redacción de textos periodísticos y campañas publicitarias. Su enfoque ha estado en la gestión y ejecución de proyectos de comunicación. Tiene 99 seguidores y 74 contactos en su cuenta de LinkedIn. A pesar de tener su perfil verificado, no es muy activa en esta red profesional.



**Diana Rodriguez** ✓  
Licenciada en Comunicación | Media Planner | Fotógrafa  
San Salvador, San Salvador, El Salvador · [Información de contacto](#)  
99 seguidores · 74 contactos

Ogilvy Ogilvy El Salvador  
Universidad Don Bosco

Enviar mensaje Siguiendo Más

<https://www.linkedin.com/in/diana-rodriguez-359432235/>

**Graciela Reyes** es licenciada en comunicación, con 14 años de experiencia en áreas como estrategia, periodismo, comunicación social, digital, institucional y marketing político. Cuenta con 175 seguidores y 153 contactos en LinkedIn, aunque no es muy activa en esta plataforma. Sin embargo, mantiene otras cuentas en X (Twitter) e Instagram.



**Graciela Reyes** · 3er

♦ Estrategia, periodismo, comunicación social, digital, institucional y marketing político

San Salvador, El Salvador · [Información de contacto](#)

175 seguidores · 153 contactos

+ Seguir   Enviar mensaje   Más

Universidad Centroamericana  
'José Simeón Cañas'

[https://www.linkedin.com/search/results/all/?heroEntityKey=urn%3Ali%3Afsd\\_profile%3AACoAACWEjREBIeXqclt\\_STCoMpWepTYqb3qrqUs&keywords=Graciela%20Reyes&origin=ENTITY\\_SEARCH\\_HOME\\_HISTORY&sid=%3BKq](https://www.linkedin.com/search/results/all/?heroEntityKey=urn%3Ali%3Afsd_profile%3AACoAACWEjREBIeXqclt_STCoMpWepTYqb3qrqUs&keywords=Graciela%20Reyes&origin=ENTITY_SEARCH_HOME_HISTORY&sid=%3BKq)

**Carolina Guevara** es periodista con experiencia en diversas instituciones, incluyendo Radios YSKL, Radio Legislativa y, actualmente, Voz Pública. Se ha desarrollado profesionalmente como redactora digital, reportera y videografista. En LinkedIn, cuenta con 45 contactos, aunque su actividad en esta plataforma es limitada. Sin embargo, mantiene una presencia activa en otras redes sociales, como Instagram, donde tiene 831 seguidores y ha realizado 126 publicaciones, así como en Facebook y X (Twitter)



[https://www.instagram.com/caroline\\_gm17?igsh=ZDhqejdrM2Jwa2M0](https://www.instagram.com/caroline_gm17?igsh=ZDhqejdrM2Jwa2M0)

**Gerar Jovel** es periodista en Radio YSKL, donde ha acumulado 4 años de experiencia en redacción y periodismo para la audiencia. Actualmente, cuenta con 197 seguidores en sus redes sociales. Su trabajo se enfoca en brindar información precisa y relevante a sus oyentes.



The image shows the Instagram profile of Gerar Jovel. At the top left is a circular profile picture of a man with dark hair wearing a grey hoodie. To the right of the profile picture are three statistics: '64 publicaciones', '197 seguidores', and '238 seguidos'. Below the profile picture is the name 'Voyager Sv' and the profession 'Periodista'. A list of interests follows, each with a red pushpin icon: 'Redactor digital', 'Locutor', 'Periodista multimedia', 'Fotoperiodista aficionado', and 'El Salvador'. Below the interests is a link to a Twitter profile: 'x.com/gerardojvlyskl?s=21&t=15KUnmMpqW...'. Under the link, it says 'photo.juanmartinez, emerson.\_27 y 3 personas más siguen esta cuenta'. There are three buttons: 'Siguiendo', 'Mensaje', and '+9'. Below the buttons are two circular icons for 'Religiosidad' and 'Pandemia C...'. At the bottom, there are three icons for a grid, a video, and a profile. Below these icons are three image thumbnails: a building, a soccer game, and a group of people.

[https://www.instagram.com/caroline\\_gm17?igsh=ZDhqejdrM2Jwa2M0](https://www.instagram.com/caroline_gm17?igsh=ZDhqejdrM2Jwa2M0)

Competencia en LinkedIn:

Competencia	LinkedIn	Instagram	Facebook	Tik Tok	Página web
Diana Rodriguez	x	x	x	x	-
Graciela Reyes	x	x	x	-	-
Roxana Andrade	x	x	-	-	-

Competencia en Instagram:

Competencia	LinkedIn	Instagram	Facebook	Tik Tok	Página web
Carolina Guevara	x	x	x	x	-
Gerardo Jovel	-	x	x	x	-

## **DEFINICIÓN DE OBJETIVOS**

**Objetivo General:** Impulsar servicios profesionales: Utilizar Instagram y LinkedIn para destacar los servicios de "YM COMUNICACIONES" en medios de comunicación y ventas publicitarias, mostrando la versatilidad y capacidad para manejar diversos proyectos.

**Específicos:** 1. Atraer empleadores: Presentar el perfil de "YM COMUNICACIONES" como la opción ideal para cargos de alto nivel en empresas y medios de comunicación, destacando la experiencia y competencias en coordinación de ventas y redacción digital.

2. Posicionar la marca: Crear una presencia sólida en el ámbito digital para que "YM COMUNICACIONES" sea reconocida y recomendada por la calidad del trabajo, estableciendo una reputación duradera y positiva en el sector.

## **IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO (BUYER PERSONA)**

Un Buyer Persona, o simplemente persona, es un personaje "ficticio" que se diseña a partir de un perfil ideal que buscamos en un cliente potencial (AMORTEGUI, 2024).

Para la marca personal de Yamileth Mejía se han creado seis Buyer Persona, tres enfocados en LinkedIn y tres en Instagram. Este apartado sirve como una guía estratégica para alinear la marca con las necesidades y expectativas de los posibles clientes, facilitando la personalización de los servicios que se pueden ofrecer.



### FÁTIMA GÓMEZ

<b>EDAD</b>	34 años
<b>OCUPACIÓN</b>	jefa depto. Redacción digital
<b>UBICACIÓN</b>	San Salvador
<b>NIVEL EDUCATIVO</b>	Licenciatura en periodismo
<b>INGRESOS</b>	\$10,000
<b>ESTADO CIVIL</b>	Casada

#### PERFIL PROFESIONAL

- 4 AÑOS DE EXPERIENCIA EN REDACCIÓN DIGITAL, RESEÑAS, NOTAS PERIODÍSTICAS.
- HABILIDAD: CAPACIDAD DE SÍNTESIS Y CLASIFICACIÓN DE INFORMACIÓN.
- LIMITANTES: NO TENER EL CONOCIMIENTO NECESARIO PARA APROVECHAR TODAS LAS HERRAMIENTAS QUE OFRECEN LAS PLATAFORMAS DIGITALES.

#### MOTIVACIONES

Quiere sumergirse en el contenido digital, ya que es fundamental en la forma de comunicar. Por eso, es esencial trabajar de la mano para cumplir las exigencias, que implica una audiencia consumista de contenido digital. La inmediatez de la información, es un valor invaluable.

#### OBJETIVOS

- Quiere satisfacer las necesidades de una audiencia con un contenido diferente.
- Quiere atraer a nuevos lectores con un estilo personalizado que atrape la atención de un nuevo público.

#### INTERESES

Le interesa brindar tiempo de calidad a su esposo.

Le interesa crear su propio medio digital.

#### FRUSTRACIONES Y MIEDOS

- No tener los conocimientos necesarios para enfrentar el mundo digital.
- Preocupación al no ser capaz de satisfacer las necesidades de comunicación con el público.

#### COMPORTAMIENTO

- Le gusta adquirir información de tutoriales, contenido de redes sociales, conferencias, etc.
- Le encanta ir de compras y reunirse con amigos el fin de semana.



### VERÓNICA SANCHEZ

<b>EDAD</b>	39 años
<b>OCUPACIÓN</b>	Directora de medios
<b>UBICACIÓN</b>	San salvador
<b>NIVEL EDUCATIVO</b>	Licenciado en comunicaciones
<b>INGRESOS</b>	\$12,100
<b>ESTADO CIVIL</b>	Soltera

#### PERFIL PROFESIONAL

- 8 AÑOS DE EXPERIENCIA EN AGENCIAS DE PUBLICIDAD, MERCADEO Y RELACIONES PUBLICAS.
- HABILIDAD: CREA FACILMENTE RELACIONES PUBLICAS QUE LE PERMITEN NUEVAS OPORTUNIDADES EN EL CAMPO PROFESIONAL
- LIMITANTES: SU TRABAJO GENERA ESTRES QUE PUEDE AFECTAR EN SU RENDIMIENTO LABORAL.

#### MOTIVACIONES

Su mayor satisfacción es, crear un equipo con conocimientos digitales que les permita atraer a diferentes clientes para crear estrategias de publicidad exitosas.

#### OBJETIVOS

- Cumplir a cabalidad con los tiempos requeridos por parte de su cliente.
- Quiere tener el presupuesto necesario para impulsar campañas en medios de comunicación.
- Crear planes de medios que permitan tener el mayor alcance sobre el público deseado.

#### INTERESES

Le interesa practicar deporte.

Le gusta escuchar música electrónica

viajar en vacaciones

#### FRUSTRACIONES Y MIEDOS

- Que las campañas no den los resultados que esperan los clientes.
- Que su empresa no sea tomada en cuenta para futuros proyectos y exista un declive económico.

#### COMPORTAMIENTO

- Monitorea constantemente diferentes medios de comunicación.
- Usa frecuentemente redes sociales como X e Instagram
- Le gusta el constante aprendizaje



### DANIEL VILLATORO

EDAD	48 años
OCUPACIÓN	Director de ventas
UBICACIÓN	San salvador
NIVEL EDUCATIVO	Licenciado en comunicaciones
INGRESOS	\$12.250
ESTADO CIVIL	Casado, una hija y un perro Golden retriever

#### INTERESES

Le gusta ir de campamento con su familia.

Le gusta pasar tiempo con su familia y salir a correr en compañía de su perro Golden.

#### PERFIL PROFESIONAL

- 7 AÑOS DE EXPERIENCIA EN VENTAS PUBLICITARIAS Y COORDINACIÓN EN DISTINTOS PROYECTOS Y ACTIVIDADES CON DISTINTAS MARCAS.
- HABILIDAD: CAPACIDAD DE RESOLVER SITUACIONES Y CONFLICTOS QUE PUEDAN GENERAR EFECTOS NEGATIVOS DENTRO DE LA EMPRESA CON SU CLIENTE.
- LIMITANTES: EPISODIOS DE ANSIEDAD POR SU TRABAJO.

#### MOTIVACIONES

Quiere liderar un equipo para la organización y ejecución de proyectos en medios radiales o agencias de publicidad.

Es fundamental para él, tener un equipo con iniciativa que apoye a crear estrategias para ventas publicitarias.

#### OBJETIVOS

Que su empresa o medio de comunicación, destaque por sus estrategias de ventas que impacten y lleguen eficazmente al público que el cliente necesita para posicionar sus productos o servicios dentro del mercado.

#### FRUSTRACIONES Y MIEDOS

- No tener los conocimientos necesarios para enfrentar el mundo digital.
- Preocupación al no ser capaz de satisfacer las necesidades de comunicación con el público.

#### COMPORTAMIENTO

- Le gusta tomar iniciativas por el bien de su empresa.
- Usa frecuentemente tik tok y You Tube como plataformas de entretenimiento.
- Utiliza X para mantenerse informado.

Activar



### ROBERTO AGUILAR

EDAD	42 años
OCUPACIÓN	Gerente comercial del área de ventas medios de comunicación.
UBICACIÓN	El salvador
NIVEL EDUCATIVO	Licenciatura en administración de empresas
INGRESOS	\$12.250
ESTADO CIVIL	Soltero

#### INTERESES

Le fascina disfrutar de la naturaleza. Le interesa la lectura y libros de acontecimientos históricos que han cambiado la humanidad.

#### PERFIL PROFESIONAL

- 6 años de experiencia en coordinación de personal, gestiones de ventas para pauta publicitaria en radio, programaciones de perifoneos, activaciones y eventos especiales.
- Habilidad: capacidad de mediador, estrategias para cerrar negociaciones, entender las necesidades del cliente.
- Limitantes: No disponer del tiempo necesario para realizar actividades personales.

#### MOTIVACIONES

Desea coordinar personal dentro de una empresa o medio de comunicación. Esto es fundamental para que cada área cumpla de la manera más eficiente sus roles. Evitar atrasos, o causar molestias con clientes por una mala logística en la entrega de un producto o servicio, es un punto en contra y la credibilidad, será puesta en dudas.

#### OBJETIVOS

Quiere liderar un equipo que le permita una buena comunicación para realizar con éxito cada actividad.

Desea valorar el rol de cada uno de sus colaboradores.

Quiere implementar el trabajo en equipo.

#### FRUSTRACIONES Y MIEDOS

- La inconformidad de un cliente con respecto a un mal servicio por parte del medio, da lugar a una mala recomendación que haría perder muchas oportunidades.

#### COMPORTAMIENTO

- Suele buscar blogs o podcast
- Usa redes sociales, LinkedIn es la principal.
- Su pasatiempo favorito es estar en casa disfrutando de una buena película de acción o suspenso.



### ESMERALDA AMAYA

EDAD	37 años
OCUPACIÓN	Planificadora de pauta publicitaria
UBICACIÓN	El salvador
NIVEL EDUCATIVO	Licenciatura en comunicaciones
INGRESOS	\$13,500
ESTADO CIVIL	Casada y dos hijos

#### INTERESES

Le interesa crear fidelidad de audiencia para la radio.

Le interesa atrapar clientes que sean capaces de sostener económicamente al medio, a través del compromiso del planificador en que las campañas se realicen de acuerdo a las indicaciones del cliente.

#### PERFIL PROFESIONAL

- 5 años de experiencia distribuyendo pauta publicitaria en radio, de clientes potenciales tanto de agencias de publicidad como directos, así como cuentas institucionales para un impacto masivo.
- **Habilidad:** organización estratégica de pauta, buena comunicación entre clientes de agencias, directos y cuentas institucionales.
- **Limitantes:** Necesita un tiempo de descanso para poder disfrutarlo con su familia.

#### MOTIVACIONES

Desea implementar una pauta publicitaria y saber distribuirla estratégicamente en un medio de comunicación, como la radio. Creará la oportunidad de llegar a una audiencia específica, de acuerdo al contenido de la emisora y el perfil de su público.

#### OBJETIVOS

Distribuir la pauta publicitaria según los intereses del cliente para crear una necesidad entre la audiencia para que adquieran un producto o servicio en la audiencia.

#### FRUSTRACIONES Y MIEDOS

- Que una agencia de publicidad o cliente directo cancele pauta publicitaria -
- No tener el control de los resultados de una campaña publicitaria,
- No llegar al público objetivo

#### COMPORTAMIENTO

- Asiste a invitaciones de sus clientes de agencias para socializar información.
- Le gusta proponer ideas.



### ALEXANDER GUERRERO

EDAD	46 años
OCUPACIÓN	Director de medio digital
UBICACIÓN	El salvador
NIVEL EDUCATIVO	Licenciatura en comunicaciones
INGRESOS	\$13,500
ESTADO CIVIL	SOLTERO

#### INTERESES

Busca desentransarse en el gimnasio los fines de semana en la mañana.

Le gusta comer saludablemente.

Le gusta participar en carreras.

#### PERFIL PROFESIONAL

- 9 años de experiencia en supervisión, coordinación y realización de estrategias de marketing para medios de comunicación digitales y tradicionales.
- **Habilidad:** Pensamiento analítico y es accesible para escuchar propuestas por parte de su equipo de trabajo.
- **Limitantes:** Es muy perfeccionista, puede causar cierta incomodidad

#### MOTIVACIONES

Desea conectar con clientes estratégicos a través de redacciones exclusivas que generen mucho interacción e interés en su audiencia.

#### OBJETIVOS

- Desea ser creativo para poder monetizar el contenido que realiza con su equipo de trabajo.
- Utilizar las mejores herramientas digitales para poder ejecutar de la mayor manera u proyecto que se asigne.

#### FRUSTRACIONES Y MIEDOS

- Miedo a que su contenido no sea lo que la audiencia necesita leer.
- No ser recomendados.
- Ser repetitivos con el contenido

#### COMPORTAMIENTO

- Le gusta estar actualizado con tendencias digitales.
- Las redes sociales son su mayor fuente de consumo.
- Utiliza LinkedIn para la búsqueda de nuevas contrataciones.

Activar  
Ve a Conf

## SELECCIÓN DE LOS CANALES DIGITALES

Se seleccionaron Instagram y LinkedIn como los canales principales de la estrategia de marketing digital para YM Comunicaciones debido a su relevancia entre los profesionales de la comunicación y el marketing, quienes conforman el público objetivo de la marca.

**Instagram** es ideal para mostrar el lado creativo y visual de los servicios de la empresa, permitiendo conectar de manera cercana y atractiva con posibles clientes a través de contenido visual dinámico y storytelling. Además, su amplio alcance y herramientas interactivas favorecen la creación de una comunidad comprometida.

**LinkedIn**, por su parte, es la plataforma líder para profesionales, lo que la convierte en el espacio perfecto para posicionar a YM Comunicaciones como un referente confiable en ventas de publicidad y planificación de medios. LinkedIn permite establecer conexiones directas con tomadores de decisiones, generar networking y compartir contenido profesional que refuerza la autoridad de la marca en el sector.

## PLAN DE CONTENIDOS

1. **Publicaciones de contenido de valor:** Este tipo de publicaciones nos ayudará a posicionar la marca personal de nuestra cliente, destacando su experiencia en la coordinación de ventas de pausa publicitaria, planificación de medios y redacción digital. A través de estas publicaciones, aumentamos las interacciones con el público y captamos nuevos seguidores mientras reforzamos su autoridad en el campo de la publicidad en radio y medios
2. **Contenido de servicio de “YM COMUNICACIONES”:** Con estas publicaciones, se busca dar a conocer los servicios clave que ofrece nuestra clientela, como la coordinación de ventas en pausa publicitaria, la planificación de medios efectivos y la redacción digital. A través de distintos formatos, se explicará la importancia de cada uno de estos servicios y los beneficios que aportan a los negocios, posicionándose como una experta en el área de la radio.
3. **Contenido sobre paquetes que ofrece “YM COMUNICACIONES”:** Aquí se presentarán los diferentes paquetes de servicios que ofrece el cliente, destacando sus características y ventajas. La intención es informar a los clientes potenciales sobre cómo cada paquete puede satisfacer sus necesidades específicas y ayudarles a alcanzar sus objetivos publicitarios.

***Paquete básico:*** Coordinación de ventas en pausa publicitaria.

***Paquete intermedio:*** Coordinación de ventas + planificación de medios.

***Paquete completo:*** Coordinación de ventas + planificación de medios + redacción digital.

## CALENDARIO DE CONTENIDO


Fecha	Hora	formato	Pilar de contenido	Copy	Descripción gráfica	Pieza gráfica N°
Lunes 01	8:00 am	Instagram	C. Valor	<p>La radio sigue siendo un gigante en la publicidad. ¿Sabes por qué? Desliza el carrusel y descubre 5 razones clave por las que deberías incluir la publicidad radial en tu estrategia.</p> <p>📺 #PublicidadRadial #MarketingEstrategico #Estaentiastaenloquehacemos</p>	Imagenes donde explica las 5 razones	3
Martes 02	9:00 am	Instagram	C.Promocional	<p>Copy: 🚀 Descubre lo que hace YM Comunicaciones: Estamos aquí para potenciar tu marca y llevar tus estrategias al siguiente nivel.</p> <p>🎯 Desde la coordinación de ventas en pausa publicitaria , hasta la planificación de medios y la redacción digital , ofrecemos soluciones integrales adaptadas a tus necesidades. 📁</p> <p>Recuerda: “Está en ti, está en lo que hacemos” #YMComunicaciones #Publicidad #Marketing</p>	Carrusel de imagenes	5
Miércoles 03	10:00 am	Instagram	C. Interactivo	<p>¿Sabías que la radio tiene un alcance de aproximadamente al 85% de la población mundial, lo que representa miles de millones de oyentes. ¿Lo incluirías en tu estrategia de marketing?</p>	Historia	1
Jueves 04	11:00 am	Instagram	C. Valor	<p>🎤 ¿Buscas una campaña de radio exitosa? 📺 Aquí van consejos</p>	Carrusel	3

				<p>clave para asegurarte de que tu mensaje llegue a la audiencia perfecta. 🙌</p> <p>Desliza y toma nota 📝</p> <p>#PublicidadRadial #MarketingEstrategico #CampañaExitosa #TipsDeMarketing #PublicidadCreativa</p>		
Viernes 05	9:00 am	Instagram	C. Interactivo	<p>1. divina ¿qué porcentaje de personas escuchan radio en su auto?</p> <p>2. Respuesta a la trivía: "El 75% de las personas escuchan la radio en el auto, según diversos estudios de hábitos de consumo de medios. Esta cifra varía ligeramente dependiendo de la región, pero se considera un dato representativo del hábito de escuchar radio mientras se conduce.</p>	2 historias, la primera realizando la pregunta y la segunda, contentando a la trivía.	2
Lunes 08	10:00 am	Instagram	C. Interactivo	¿Sabías que la radio tiene un alcance de aproximadamente al 85% de la población mundial, lo que representa miles de millones de oyentes. ¿Lo incluirías en tu estrategia de marketing?	Historia	1
Martes 09	3:00 pm	Instagram	C. Promocional	<p>🌟 Conoce la experiencia de uno de nuestros clientes satisfechos. 🌟</p> <p>En YM Comunicaciones , nos</p>	Publicación con una imagen de la información	1

				<p>enorgullecemos de brindar un servicio de calidad y atención personalizada. 🙌</p> <p>#ClientesSatisfechos #YMComunicaciones</p>		
Miércoles 10	11:00 am	Instagram	C.Promocional	<p>🌟 Conoce la experiencia de uno de nuestros clientes satisfechos. 🌟</p> <p>En YM Comunicaciones , nos enorgullecemos de brindar un servicio de calidad y atención personalizada. 🙌</p> <p>#ClientesSatisfechos #YMComunicaciones</p>	Imagen con la experiencia del cliente de “YM COMUNICACIONES”	1
Jueves 11	1:00 pm	Instagram	C. Promocional	<p>🌟 En YM Comunicaciones, nos enfocamos en ofrecer planificación de medios personalizada que genera resultados tangibles. 📊</p> <p>Hoy te compartimos el testimonio de una clienta que confió en nosotros para optimizar su estrategia de medios y logró un crecimiento significativo. 🚀</p> <p>¡Gracias por confiar en nosotros! 📁</p> <p>#ClientesSatisfechos #YMComunicaciones</p>	Imagen con la experiencia del cliente de “YM COMUNICACIONES”	1
Viernes 12	10:00 am	Instagram	C. Promocional	<p>🌟🌟 Conoce la experiencia de uno de nuestros clientes satisfechos. 🌟</p> <p>En YM Comunicaciones , nos</p>	Imagen con la experiencia del cliente de “YM COMUNICACIONES”	1

				<p>enorgullecemos de brindar un servicio de calidad y atención personalizada. 🙌</p> <p>#ClientesSatisfechos #YMComunicaciones</p>	ACIONES”	
Sábado 13	12:00 md	Instagram	C. Valor	<p>🌟🌐 ¿Medios tradicionales o digitales? 🤔</p> <p>Cada uno tiene su poder único. 🎯</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Tradicionales: Gran alcance en TV y radio.</li> <li>♦ Digitales: Segmentación precisa y optimización en tiempo real.</li> </ul> <p>👤 Yamileth te lo explica aquí 🙌</p> <p>#Publicidad #PlanificaciónDeMedios #PautaDigital #VentasOnline #RedacciónDigital</p>	Reels de Yamileth explicando sobre la diferencia entre medios tradicionales o digitales	1
Lunes 15	9:00 am	Instagram	C. Valor	<p>📻 ¿Sabías que la publicidad en radio sigue siendo un medio poderoso? 📺</p> <p>En este carrusel te damos 3 razones por las que la publicidad en radio es aún efectiva</p> <p>Desliza y descubre por qué deberías considerarla en tu estrategia. 🙌</p> <p>#ClientesSatisfechos #YMComunicaciones</p>	Carrusel	1
Martes 16	11:00 am	Instagram	C. Interacción	<p>¿Cómo promocionamos tu producto en radio? Dejanos tus ideas</p>	Historia	1
Miércoles 17	8:00 am	Instagram	C. Interactivo	<p>¿Cómo promocionamos tu producto en radio? Dejanos tus ideas</p>	Historia	1

Jueves 18	10:00 am	Instagram	C. Venta	<p>¿Buscas mejorar tu estrategia de medios?          ¡Te tenemos la solución! 🎯          ofrecemos paquetes personalizados que incluyen lo siguiente :          🚀          Consulta nuestros paquetes hoy mismo.          ✉️</p> <p>#CoordinaciónDeVentas          #RedacciónEstrategica</p>	Publicación	3
Viernes 19	2:00 pm	Instagram	C. Venta	<p>🎯 ¿Buscas mejorar tu estrategia de medios?          ¡Te tenemos la solución! 🎯          ofrecemos paquetes personalizados que incluyen lo siguiente :          🚀          Consulta nuestros paquetes hoy mismo.          ✉️</p> <p>#CoordinaciónDeVentas          #RedacciónEstrategica</p>	Publicación	3
Sábado 20	3:00 pm	Instagram	C.venta	<p>Te mostramos cómo se lleva a cabo el proceso para adquirir nuestros servicios. Desde la primera reunión hasta la implementación de la planificación de medios, cada paso está pensado para lograr resultados efectivos.          🚀          ¡Descubre cómo hacemos magia para impulsar tu marca!</p>	reels de Yamileth Mejía	1

				 #Estaientistaenloquehacemos #Marketingdigital #ElSalvador		
--	--	--	--	--	--	--

## BIBLIOGRAFÍA

*Intuit mailchimp*. (15 de febrero de 2024). Obtenido de Aprende cómo crear contenido para redes sociales con un plan de contenido social:

<https://mailchimp.com/es/resources/top-12-types-of-social-media-content-to-create/>

Laoyan, S. (5 de febrero de 2024). *asana*. Obtenido de KPIs: ejemplos de 27 indicadores clave para el éxito de tu proyecto:

<https://asana.com/es/resources/success-metrics-examples>

Martin, M. (4 de septiembre de 2024). *Hootsuite*. Obtenido de Cómo crecer en redes sociales en 2024:

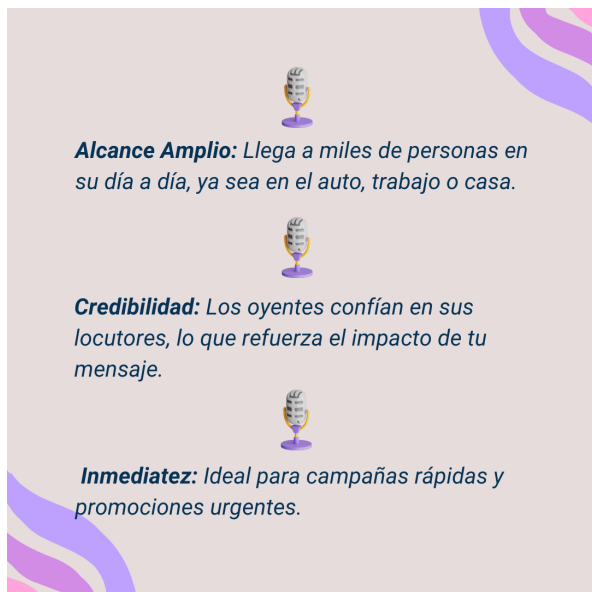
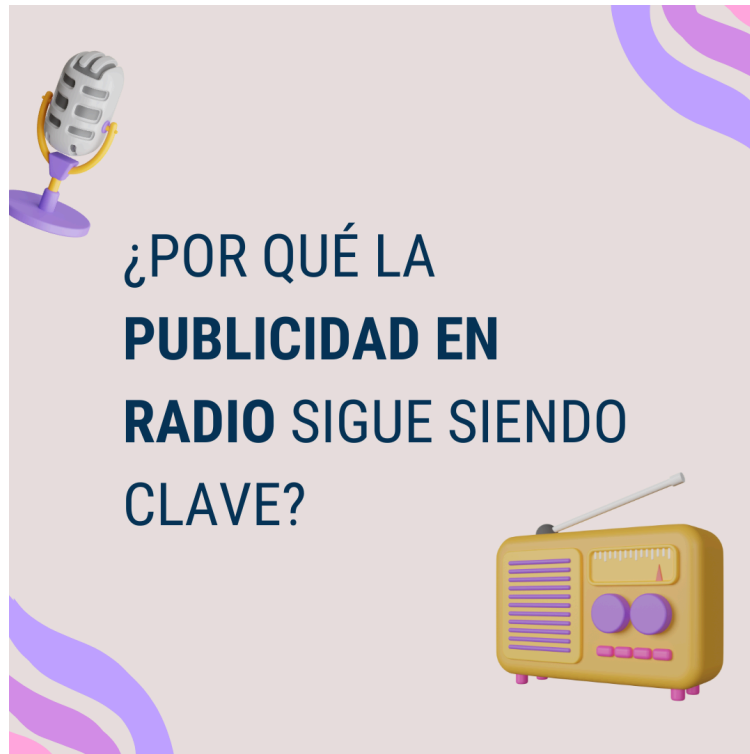
<https://blog.hootsuite.com/es/ideas-de-contenido-para-redes-sociales/>

Zapater, S. (20 de agosto de 2020). *hiberus blog*. Obtenido de ¿Qué es la redacción SEO? 7 trucos para la redacción de contenidos SEO:

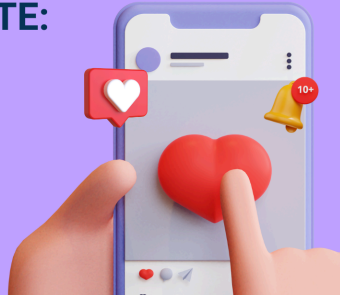
<https://www.hiberus.com/crecemos-contigo/redaccion-seo-trucos-para-redaccion-contenidos-seo/>

## ANEXOS

### Piezas Gráficas para Instagram:



## YM "COMUNICACIONES" TE OFRECE LO SIGUIENTE:



### **Redacción Digital**

*Creamos contenido atractivo y persuasivo para tus plataformas digitales, garantizando que tu marca se destaque en un entorno competitivo.*



**Coordinación de ventas en pausa publicitaria:** Nos encargamos de gestionar y maximizar tus espacios publicitarios en pausas, asegurando que tu mensaje llegue en el momento ideal



### **Planificación de Medios:**

*Diseñamos estrategias personalizadas para que tu publicidad se difunda en los canales más efectivos, optimizando tu alcance y presupuesto.*





**¿SABÍAS QUE LA RADIO TIENE UN ALCANCE DE APROXIMADAMENTE AL 85% DE LA POBLACIÓN MUNDIAL, LO QUE REPRESENTA MILES DE MILLONES DE OYENTES. ¿LO INCLUIRÍAS EN TU ESTRATEGIA DE MARKETING?**

Sí

No



**TESTIMONIO DE CLIENTE DESTACANDO SU EXPERIENCIA  
CON LA VENTA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS .**

**Gracias a YM Comunicaciones, logramos  
posicionar nuestra marca en las principales  
estaciones de radio. Su equipo nos brindó un  
servicio personalizado y resultados increíbles.  
¡Superaron nuestras expectativas!"**

**– María López, Gerente de Marketing, EcoPlus**

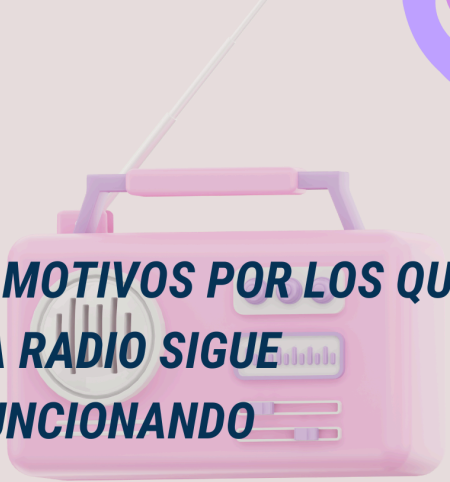


**TESTIMONIO DE CLIENTE DESTACANDO SU EXPERIENCIA SOBRE  
EL SERVICIO DE REDACCIÓN DIGITAL**


**"La redacción digital de YM Comunicaciones  
transformó nuestra presencia en línea. Sus textos  
son creativos y atractivos, capturando la esencia de  
nuestra marca y conectando con nuestra audiencia.  
Desde que implementamos su contenido, hemos  
visto un aumento en la interacción y el  
reconocimiento de nuestra marca. ¡Los  
recomendamos sin dudar!"**

**– Ana Torres, Gerente de Contenido, EcoSolutions**






## 3 MOTIVOS POR LOS QUE LA RADIO SIGUE FUNCIONANDO



**Audiencia fiel:** Los oyentes de radio escuchan sus programas favoritos de forma consistente.

**Anuncios dinámicos:** Puedes transmitir emociones con música y voces, generando mayor impacto.

**Cobertura local:** Es ideal para negocios que quieren enfocarse en audiencias locales.



# ¿POR QUÉ CONTRATAR A UNA EXPERTA EN VENTAS DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN RADIO?



**Optimización de presupuesto:** Una experta te ayuda a gestionar tu inversión de manera eficiente, asegurando el mejor retorno de cada dólar gastado.



**Medición de resultados:** Accede a análisis y métricas detalladas para ajustar tu estrategia en tiempo real y lograr el éxito.

# CLAVES PARA UNA CAMPAÑA EXITOSA EN RADIO



## **Escoge el Momento Ideal** ✓

*Anuncia en horarios donde tu audiencia esté más activa. Conoce las franjas horarias que generan mayor audiencia.*

## **Llama a la Acción** ✓

*Incorpora un llamado a la acción claro. Invita a tu audiencia a actuar, ya sea visitar tu sitio web, llamar o seguirme en redes sociales.*

## **Conoce a tu Audiencia** ✓

*Identifica quiénes son y qué les interesa. Esto te ayudará a crear mensajes relevantes que resuenen con ellos.*

## **Mensaje Claro y Conciso** ✓

*Tu mensaje debe ser directo y fácil de recordar. Menos es más; comunica lo esencial en pocos segundos.*

## *Paquete Básico*

Ideal para quienes buscan dar sus primeros pasos en la publicidad.

Incluye:

- ✓ Coordinación de ventas en radio
- ✓ Redacción básica para plataformas digitales
- ✓ Estrategias iniciales de medios



## *Paquete Intermedio*

Para marcas que quieren más presencia y resultados concretos.

Incluye:

- ✓ Coordinación avanzada de ventas para radio
- ✓ Planificación estratégica de medios
- ✓ Redacción profesional optimizada para web y redes



## *Paquete Premium*

La solución integral para maximizar tu estrategia de comunicación.

Incluye:

- ✓ Coordinación total de ventas para radio y otros medios
- ✓ Planificación integral de medios a largo plazo
- ✓ Redacción creativa y estratégica para campañas
- ✓ Consultoría personalizada y seguimiento constante

