

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



TÍTULO:

ESTRATEGIA DE MARKETING, MARCA PERSONAL: “KEILA ARREAGA”

PRESENTADO POR

BR. JOSÉ JOAQUÍN SALAZAR TORRES

(ST03001)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN “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
MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

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

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

**INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA
RECTOR**

**DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN
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 MARY BLAS CRUZ JURADO
VICEDECANA**

**MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA
SECRETARIA**

**MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO
DIRECTORA ESCUELA DE POSGRADO**

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

**MAESTRO CARLOS ERNESTO DERAS
JEFE DE DEPARTAMENTO**

**MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

**LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ
DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN**

AGRADECIMIENTOS

Primero, y por sobre todas las cosas, gracias a Dios. A Él le debo cada paso, cada decisión, cada fuerza que me sostuvo cuando creí que no podía continuar. Culminar esta etapa es un regalo divino, una muestra de Su amor y fidelidad. Gracias, Señor, por acompañarme y permitirme cerrar este capítulo con gratitud y paz en el corazón.

Agradezco profundamente a mi familia, que ha sido mi sostén incondicional durante este recorrido. En especial, gracias a mi hermana Jennifer, quien ha sido parte vital para que hoy pueda decir: lo logré. Tu apoyo, tus palabras, tu compañía y tu fe en mí han hecho la diferencia en este camino. Esta meta también es tuya.

A mi padre, gracias por ser esa figura constante que siempre deseó verme cumplir mis sueños. Tus palabras de aliento, tu orgullo silencioso y tu ejemplo de perseverancia me motivaron a seguir adelante, incluso en los momentos más duros.

Gracias a cada una de las personas que formaron parte de mi vida universitaria. A mis compañeros, colegas y amigos, con quienes compartimos desvelos, frustraciones, largas travesías en busca de fuentes y también alegrías al culminar cada proyecto. Vivimos el periodismo desde las aulas y desde las calles, donde verdaderamente se aprende a contar la vida.

A quienes nos acompañaron y a quienes ya no están físicamente con nosotros: su huella permanece.

Agradezco con sinceridad y admiración a cada docente que marcó mi camino académico. A ustedes, que nos formaron con pasión, que sembraron criterio, conciencia y compromiso. Gracias por hacernos comprender que el periodismo es más que informar: es servir, incomodar, abrir los ojos, y sobre todo, buscar la verdad. Gracias por su esfuerzo, por no rendirse, por enseñarnos con el ejemplo.

Esta meta es un reflejo de su amor, su enseñanza y su compañía. Hoy cierro esta etapa con gratitud infinita y con la convicción de que el periodismo, más que una carrera, es una forma de vida.

ÍNDICE

RESUMEN	8
INTRODUCCIÓN.....	9
SITUACIÓN DE MARCA PERSONAL.....	10
INFORMACIÓN DE LA MARCA.....	11
ANÁLISIS FODA	12
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	14
KELLY PORTILLO.....	14
KATYA ROMERO	15
MICHELLE MAGANDY	16
BUYER PERSONA PARA LINKEDIN.....	17
BUYER PERSONA 1.....	17
BUYER PERSONA 2.....	18
BUYER PERSONA INSTAGRAM.....	19
BUYER PERSONA 1.....	19
BUYER PERSONA 2.....	20
OBJETIVOS	21
OBJETIVO GENERAL 1.....	21
OBJETIVO ESPECÍFICO 1.1	21
OBJETIVO ESPECÍFICO 1.2	21
OBJETIVO GENERAL 2.....	21
OBJETIVO ESPECÍFICO 2.2	21
CANALES DIGITALES	22
LINKEDIN	22
INSTAGRAM.....	22
LÍNEAS DE CONTENIDO INSTAGRAM.....	23
KIP'S A MEDIR	24
CALENDARIO DE CONTENIDOS	27
CALENDARIO INSTAGRAM.....	27
CALENDARIO DE LINKEDIN	30
REFERENCIAS	33

ANEXOS.....34

RESUMEN

El trabajo presentado a continuación consiste en la realización de una estrategia digital que permite posicionar una marca personal en medios digitales. Para llevar este conocimiento a la práctica, en esta oportunidad se tomaron como base dos redes sociales: Instagram y LinkedIn. A través del recorrido en ambas plataformas se pudo conocer cada herramienta que estas ofrecen para la creación y/o divulgación de contenidos de valor. El desglose de dicho método permite identificar la situación de la marca personal con la que se trabajó, a partir de un análisis FODA y el análisis comparativo de otros perfiles, con la finalidad de establecer una guía de cómo encausar un plan de trabajo adecuado a cada una de las redes sociales seleccionadas, tomando en cuenta los diferentes formatos que permiten y los tipos de audiencia que posee cada una. Asimismo, se toma en cuenta la medición de métricas según sea el caso, para reconocer si se logran los objetivos planteados en la estrategia digital, y si no, tomar planes de acción para que eso sea posible.

Palabras clave: redes sociales, estrategia digital, KPI's, Instagram, LinkedIn, fotografía.

INTRODUCCIÓN

En un contexto marcado por el auge de los medios digitales y la evolución constante de la comunicación, el desarrollo de una marca personal sólida se ha convertido en una herramienta clave para profesionales de todas las áreas. Esta tesina presenta la propuesta de una estrategia de marketing y construcción de marca digital para Keila Arreaga, comunicadora salvadoreña que busca posicionarse en el entorno digital mediante contenidos que reflejen su identidad, valores y objetivos profesionales.

La estrategia propuesta surge de la necesidad de fortalecer la presencia de Keila en redes sociales, no solo como creadora de contenido, sino también como una voz con autoridad y credibilidad dentro del ámbito comunicacional salvadoreño. Para ello, se parte de un análisis de su situación actual, su audiencia meta y el entorno digital en el que se desenvuelve, con el objetivo de diseñar una hoja de ruta clara que permita alcanzar un posicionamiento coherente y estratégico en plataformas clave como Instagram, X (antes Twitter) y TikTok.

A lo largo de este trabajo se abordan elementos fundamentales del marketing digital, como el análisis DAFO, la construcción de narrativa personal, la creación de contenido estratégico, el uso de herramientas analíticas y la implementación de un plan de acción calendarizado. Todo esto, enmarcado en una propuesta que combina la comunicación persuasiva, la estética visual y el conocimiento del comportamiento digital de las audiencias salvadoreñas.

Esta propuesta busca no solo impactar a corto plazo en términos de visibilidad, sino también sentar las bases para una marca personal sostenible, auténtica y profesional. En tiempos donde las redes sociales se han transformado en escenarios de validación y proyección, construir una marca personal no es solo una necesidad profesional, sino una apuesta por comunicar con propósito.

SITUACIÓN DE MARCA PERSONAL

Keila Arreaga es una joven comunicadora salvadoreña con presencia activa en redes sociales, principalmente en Instagram y TikTok. Su contenido combina elementos informativos, reflexivos y visualmente cuidados, abordando temas de actualidad, identidad, feminismo, cultura y experiencias personales. Sin embargo, su marca personal aún no cuenta con una estrategia clara ni objetivos definidos, lo que limita su capacidad de crecimiento, posicionamiento y diferenciación frente a otros creadores de contenido del país.

A pesar de tener una base de seguidores significativa y un estilo propio que la hace cercana a ciertos públicos, la ausencia de una narrativa de marca articulada y sostenida afecta su proyección a mediano y largo plazo. Su comunicación no siempre es constante, y la frecuencia de publicaciones varía según su disponibilidad personal, lo que puede generar desconexión con la audiencia.

En cuanto a su identidad visual, Keila mantiene una estética coherente y cuidada, pero no se ha consolidado como una marca reconocible en el ámbito digital salvadoreño. Además, aunque muestra compromiso con causas sociales, no ha delimitado aún un nicho temático o enfoque específico que la distinga y le permita construir comunidad desde un lugar estratégico.

La falta de planificación en la producción de contenido, el uso limitado de herramientas de analítica digital y la ausencia de metas específicas también dificultan medir el impacto real de su presencia en redes. No obstante, cuenta con un valor importante: autenticidad. Su forma de comunicar conecta desde lo humano, lo emocional y lo ético, lo cual representa un potencial que puede potenciarse con una estrategia estructurada.

Este análisis evidencia que Keila Arreaga posee los elementos esenciales para consolidarse como una marca personal con influencia y credibilidad en el entorno digital salvadoreño. Con una estrategia de marketing bien definida, podrá fortalecer su presencia, diversificar sus contenidos, profesionalizar su imagen y generar oportunidades de colaboración con marcas o instituciones alineadas con sus valores.



INFORMACIÓN DE LA MARCA

Servicios profesionales que ofrece la marca:

La información descrita a continuación es un servicio que se realiza para coberturas de eventos institucionales tales como: empresas asociaciones, colegios, o iglesias.

1. Fotografía de eventos para redes sociales.

Este apartado consta únicamente de la toma de fotografías durante la cobertura del evento y posteriormente la edición de estas, la entrega es únicamente digital.

2. Fotografía y video de evento para redes sociales

En este paquete de servicios se incluye la cobertura del evento con fotografía y video; asimismo, la posterior edición de cada uno de los productos, adaptados a la difusión de redes sociales. La entrega es únicamente digital.

Los siguientes apartados describen servicios profesionales que se ofrecen para eventos sociales tales como: fiestas de cumpleaños, matrimonios y demás.

1. Fotografía de evento social

Este servicio consiste en realizar cobertura de fotografías durante el evento con posterior edición de las mismas la entrega del producto final será en digital y una parte impresa.

2. Fotografía y video de evento social

En este servicio se realiza cobertura fotográfica y audiovisual del evento con posterior edición de los mismos. La entrega del producto final es digital y en físico, una parte de las fotografías se imprimen y el 100% de fotografías elegidas junto con el audiovisual se entregan almacenados en una memoria USB.

ANÁLISIS FODA

Fortalezas:

- Responsabilidad.
- Puntualidad.
- Deseo de aprender y superación.
- Creatividad.
- Preparación universitaria.
- Experiencia en fotografía periodística y de eventos.
- Experiencia en creación de contenido audiovisual.
- Precios accesibles para comenzar.

Debilidades:

- Falta de experiencia en la contratación de eventos para fotografía.
- No contar con equipo fotográfico especial.
- Falta de criterio periodístico.
- No destaca lo suficiente frente a otros profesionales, lo que dificulta que te perciban como una opción.
- Gestión del tiempo entre roles múltiples: Ser fotoperiodista y community manager.

Oportunidades:

- Crecimiento de la demanda de contenido visual.
- Incrementar su visibilidad y credibilidad como profesional, con colaboraciones.
- Aprovechar cursos online, webinars y talleres sobre marketing digital, fotografía, redes sociales o storytelling visual.
- Al compartir contenido valioso y educativo, podrías fortalecer tu marca personal, fidelizar seguidores y atraer clientes potenciales.
- Amplio conocimiento en la cobertura de eventos culturales y que es un tema que sigue vigente.

Amenazas:

- Competencia elevada.

- Hay poco mercado para el fotoperiodismo cultural.
- Ante nuevas tecnologías hay que adaptarse antes de perder visibilidad o interacción en redes sociales.
- Con el avance de la IA, existe el riesgo de que algunas empresas prefieran soluciones tecnológicas más baratas.

Luego de haber planteado cada uno de estos puntos dentro del FODA, se puede valorar que Keila Arreaga es una marca que cuenta con suficientes recursos para brindar un servicio profesional aceptable en el ámbito de la fotografía y como community manager.

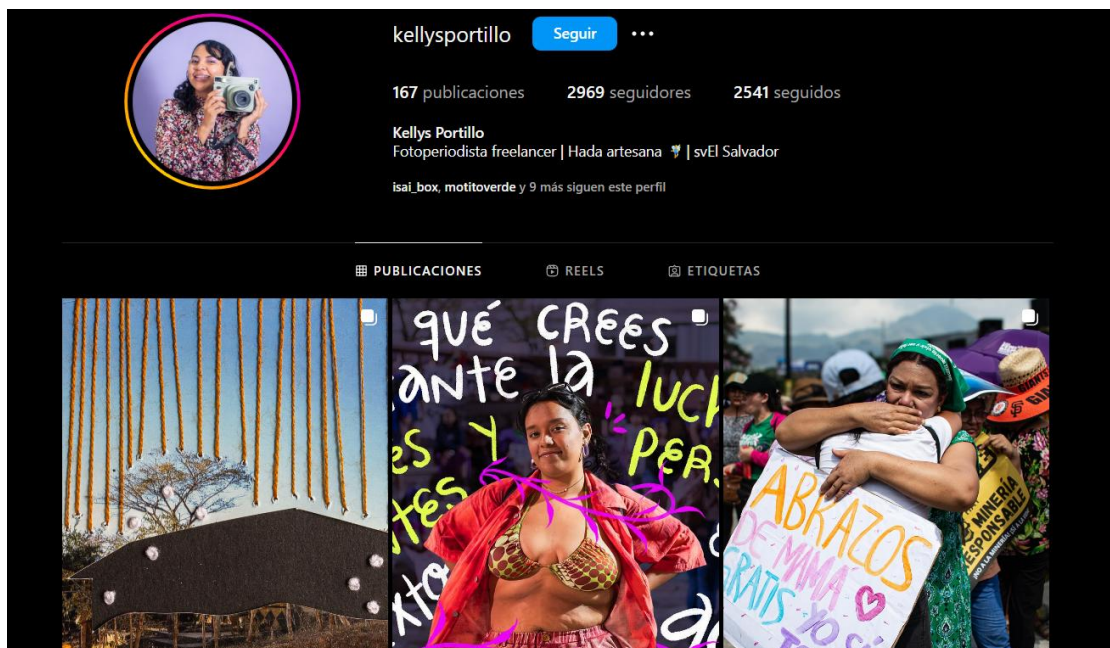
Cuenta con la capacidad para emprender en este rubro y poco a poco hacerse de más equipo tecnológico que aumente el valor y calidad del trabajo, así como auxiliares que también contribuyan a esa misión.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Kelly Portillo

@kellysportillo

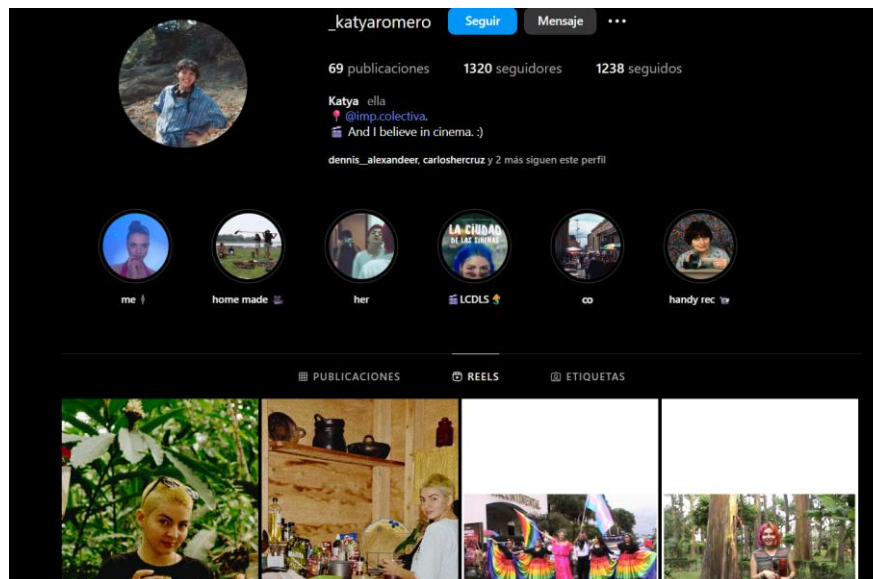
- Fotógrafa periodística.
- Ubicación en san salvador.
- Posee 163 publicaciones: 24 reel, 212 de fotografías y no cuenta con apartados de historias destacadas.
- Cuenta con 2,969 seguidores y 2542 seguidos.
- Su primera publicación fue el 25 de mayo de 2016 y la más reciente fue el 28 de junio.
- Sus likes rondan entre los 35 y 1,700.
- Cuenta con un perfil optimizado con SEO, donde se presenta como fotoperiodista de un medio de comunicación; en las publicaciones muestra su trabajo como fotoperiodista. No es recurrente, casi publica una vez al mes. No posee marca personal.



Katya Romero

@_kataromero

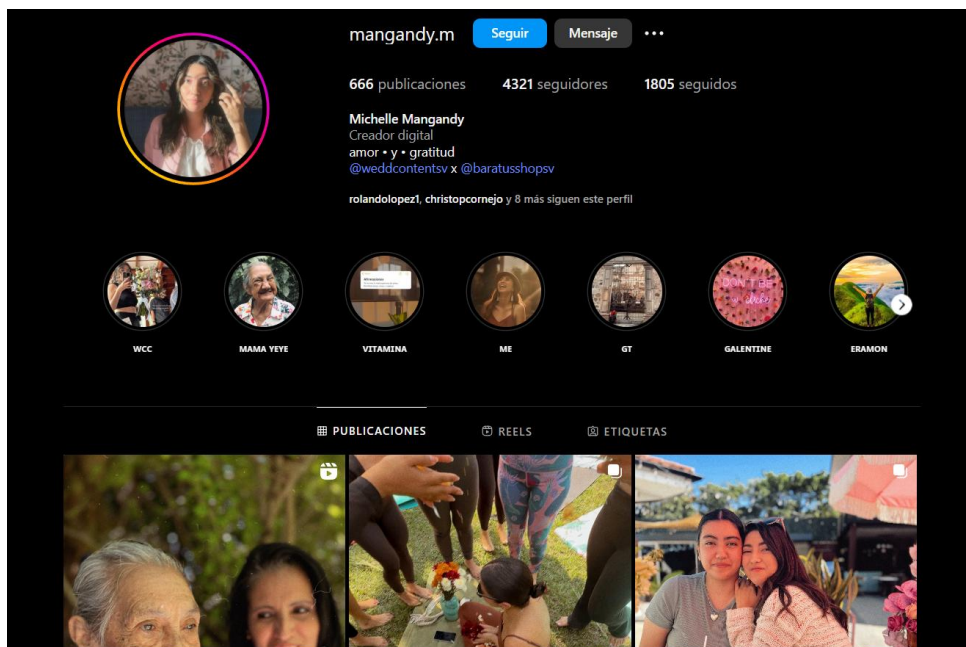
- Fotógrafa periodística, enfocada en temas sociales y feminismo.
- Se ubica en El Salvador pero no especifica departamento.
- Posee 69 publicaciones: 7 reels, y 6 apartados de historias destacadas.
- Cuenta con 1,320 seguidores y 1,238 seguidos.
- Su primera publicación fue el 1 de mayo de 2019 y la más reciente fue el 20 de septiembre de 2024.
- Sus likes rondan entre los 100 y 200.
- El reel más visto tiene 2,270 reproducciones y 82 likes.
- No tiene logo de marca, pero utiliza una foto personal de perfil.
- No posee línea gráfica.
- No cuenta con un perfil optimizado con SEO; sin embargo, presenta el link del espacio donde trabaja o al que pertenece. Asimismo, muestra historias destacadas de su trabajo fotográfico y las diferentes labores realizadas.
- No es recurrente en las publicaciones, son aproximadamente una por mes.



Michelle Mangandy

@mangandy.m

- Fotógrafa de eventos.
- No especifica ubicación.
- Posee 666 publicaciones, de los cuales 100 son reels.
- Cuenta con 4,321 seguidores y 1,805 seguidos.
- Su primera publicación fue el septiembre de 2015 y la más reciente fue en noviembre de 2024
- Cuenta con 15 historias destacadas
- Cuenta con dos links el personal y el de trabajo; si bien no cuenta con una marca personal, pero cuenta con una cuenta profesional @weddcontentsv; en esta muestra su trabajo de fotografía de estudio, no de fotoperiodismo.
- No tiene logo y utiliza una fotografía de perfil. posee una línea gráfica que se destaca únicamente en la foto de perfil y en los fondos de las historias destacadas.



BUYER PERSONA PARA LINKEDIN

BUYER PERSONA 1

Diana López

Características:

Edad: 27 años

Ubicación: San Salvador

Puesto laboral: empresaria de su negocio propio.

Descripción: Diana López, es una joven empresaria de 27 años que dirige su propia pequeña empresa en El Salvador. Su principal objetivo es aumentar la visibilidad de su negocio a través de plataformas digitales para ganar seguidores y clientes potenciales.

Temores: Dificultad para encontrar clientes que sigan e interactúen con su marca y potenciar las ventas. Busca generar ingresos en su negocio propio y potenciar su marca para posicionarla a escala nacional por medio de plataformas digitales.

Pasatiempo: utiliza mucho las redes sociales ya que su trabajo se lo exige y porque le gusta estar al pendiente de cada tendencia. Últimamente se ha enfocado en LinkedIn porque está en busca de candidatos para los puestos que necesita y ha realizado algunas publicaciones para comunicar dicha necesidad.

BUYER PERSONA 2

Edgar García

Características:

Edad: 40 años

Ubicación: San Salvador

Puesto laboral: jefe del área de publicidad.

Descripción: Edgar García, un jefe de área de publicidad de 40 años que busca actualizar la estrategia de marketing digital de la empresa que dirige. A pesar de su éxito profesional, enfrenta el desafío de adaptarse a nuevas plataformas como Instagram y TikTok, donde se le dificulta crear estrategias eficaces para aumentar la visibilidad y ventas de su marca.

Temores: no sabe crear estrategias de marketing digitales para posicionar a nivel de redes sociales de la marca que dirige. Se le dificulta el manejo de algunas redes sociales como Instagram y Tik Tok.

Pasatiempo: prefiere recibir contenido informativo a través de medios tradicionales, es activo en Instagram y linkedin para conectar con otros usuarios y empresas.

BUYER PERSONA INSTAGRAM

BUYER PERSONA 1

Diana López

Características:

Edad: 30 años **Ubicación:** San Salvador

Puesto laboral: jefa de comunicaciones de un periódico digital.

Descripción: Diana López, una jefa de comunicaciones de un periódico digital alternativo, que se encuentra en una posición de liderazgo con desafíos claros. Está motivada por la búsqueda de personal capacitado que pueda ayudarle a mejorar la calidad del contenido visual y escrito de su medio.

Temores: Su principal frustración es la dificultad para encontrar colaboradores comprometidos que alineen con los estándares de su proyecto; se le dificulta encontrar trabajadores comprometido con la empresa y presenta temores al no brindar contenido de calidad a su audiencia, principalmente en el área de fotografía y redacción.

Pasatiempo: Sigue en Instagram perfiles profesionales de periodistas y fotoperiodistas destacas a nivel internacional, prefiere recibir contenido informativo a través de medios tradicionales.

BUYER PERSONA 2

Tania González

Características:

Edad: 27 años

Ubicación: Antiguo Cuscatlán

Puesto laboral: empresaria de su negocio propio

Descripción: Tania González, una empresaria joven, de 27 años, que gestiona su propio negocio y busca expandir su audiencia a través de redes sociales, particularmente Instagram. Tania está motivada por el deseo de posicionar sus productos a nivel municipal y nacional, utilizando Instagram como su plataforma principal de marketing.

Temores: Su principal desafío es mejorar la calidad de las fotografías y videos que comparte, ya que no tiene conocimientos técnicos en esa área, lo que afecta la percepción de su marca.

Pasatiempo: Sigue en Instagram perfiles que enseñan como atraer clientes a un negocio propio, toma cursos de administración y finanzas una vez al año. Sube contenido tres veces por semana a la plataforma de su negocio.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL 1

Fortalecer la presencia digital de Keila Arreaga en LinkedIn para posicionarla como una experta en su campo y generar nuevas oportunidades profesionales en un plazo de 6 meses.

OBJETIVO ESPECÍFICO 1.1

Publicar 3 artículos fotográficos de alta calidad relacionados con su expertise cada mes durante los próximos 6 meses, logrando al menos 10 interacciones (me gusta, comentarios, compartidos) por publicación.

OBJETIVO ESPECÍFICO 1.2

Realizar 5 actualizaciones de estado semanales e interactuar con al menos 5 publicaciones de otros usuarios diariamente durante 6 meses, con el objetivo de incrementar el número de seguidores en un 25%.

OBJETIVO GENERAL 2

Incrementar el engagement en Instagram para fortalecer la conexión con la audiencia y mejorar la visibilidad de la marca personal en un plazo de 6 meses.

OBJETIVO ESPECÍFICO 2.1

Aumentar el número de interacciones (likes y comentarios) en un 20% en las publicaciones de Instagram, logrando un promedio de 60 likes y 8 comentarios por post, publicando contenido visual 4 veces por semana durante los próximos 6 meses.

OBJETIVO ESPECÍFICO 2.2

Implementar 2 historias interactivas por semana (como encuestas o preguntas) para lograr que al menos el 10% de los seguidores participen activamente, midiendo el progreso mensualmente durante los próximos 6 meses.

CANALES DIGITALES

Keila Arriaga ha escogido dos canales digitales para posicionar su marca personal, Instagram y LinkedIn, al considerar que sus servicios de fotoperiodismo y community manager tendrán más oportunidades para brindar sus servicios.

Instagram es una plataforma ideal para fotoperiodistas porque se alinea perfectamente con las necesidades visuales y narrativas del campo. La capacidad de conectar directamente con una audiencia global, construir una comunidad, y compartir historias visuales de manera efectiva hace que Instagram sea una herramienta poderosa para cualquier fotoperiodista que busque desarrollar y fortalecer su marca personal.

Mientras que, LinkedIn es la plataforma ideal para un profesional de la fotografía y community manager porque te permite no solo demostrar tus habilidades creativas, sino también conectarte con un público profesional relevante que puede necesitar tus servicios. Es el lugar adecuado para posicionarte como un experto, generar oportunidades de negocio y construir relaciones estratégicas que impulsen tu carrera.

LINKEDIN

LinkedIn es fundamental para la marca personal como fotoperiodista y Community Manager de Keila Arreaga, porque es la principal red profesional que permite conectar con colegas, potenciales clientes, y líderes de la industria.

A través de LinkedIn, puede compartir su portafolio, artículos, y logros profesionales, destacando, como también, sus habilidades tanto en fotografía como en la gestión de comunidades digitales.

Además, la plataforma facilita el establecimiento de una reputación sólida al interactuar en grupos relevantes, que puede abrir puertas a nuevas oportunidades laborales y colaboraciones.

INSTAGRAM

La utilización de Instagram es crucial para la marca personal de Keila Arreaga porque es una plataforma visual altamente efectiva que permite mostrar su trabajo y alcanzar una audiencia amplia y diversa. Instagram no solo facilita la creación de una narrativa visual a través de fotografías e historias, sino que también potencia la interacción directa con seguidores y clientes potenciales, fomentando una comunidad comprometida.

Además, permite demostrar su experiencia en la gestión de redes sociales y en la creación de contenido de alto impacto, posicionándote como un referente en tu campo.

LÍNEAS DE CONTENIDO

Los pilares de contenido para la estrategia de marketing de contenidos como fotoperiodista y community manager de Keila Arreaga están alineados con los objetivos SMART, primeramente, de aumentar la visibilidad de redes sociales y el segundo es de incrementar las interacciones con su marca personal.

Por lo anterior, se busca posicionar a Keila Arreaga, como fotoperiodista y en gestión de comunidades digitales; para ello, se recomienda publicaciones que demuestren su experiencia técnica y estratégica.

A través del contenido de valor, la marca personal de Keila Arreaga se puede posicionar en redes sociales y lograr sus objetivos profesionales. por lo que se propone una serie de publicaciones que mantenga a la audiencia actualizada sobre las novedades en fotografía digital y redes sociales.

Esto permitirá tener presencia coherente y valiosa en las redes, mostrando su experiencia, su visión estratégica para captar la atención de potenciales clientes o colaboradores.

Para lograr el éxito de posicionamiento en redes sociales y que llame la atención de potenciales clientes se propone:

- Tutoriales y guías sobre técnicas fotográficas.
- Historias detrás de tus proyectos fotográficos.
- Opiniones sobre tendencias emergentes en redes sociales, como la inteligencia artificial o el video marketing.
- Estudios de caso que describan cómo una estrategia visual o de redes sociales ayudó a una marca o proyecto a alcanzar sus objetivos.
- Reflexiones sobre la ética en el fotoperiodismo y en la gestión de contenidos.
- Artículos sobre tendencias en fotoperiodismo y marketing digital.

Todos estos materiales deben ir aplicados con contenido de valor, a través de presentaciones graficas o imágenes, cápsulas educativas de 60 segundos, carrusel de imágenes, reels, infografías, fotografías interactivas, tutoriales.

TIPOS DE CONTENIDO A UTILIZAR:

- Reels
- Infografías.
- Carrusel de imágenes.
- Ensayos
- Sabías qué?
- Videos cortos
- Artes

KIP'S A MEDIR

Las Key Performance Indicator, que en español significa Clave de Desempeño o Medidor de Desempeño, son una serie de métricas que se utilizan en cualquier área de negocio y para Marketing, con el fin de ayudar a tomar las mejores decisiones respecto a la etapa en la que se encuentre la marca. En el caso de la marca Keila Arreaga se buscará medir las KPI's con los siguientes elementos:

OBJETIVO GENERAL 1	Fortalecer la presencia digital de Keila Arreaga en LinkedIn para posicionarla como una experta en su campo y generar nuevas oportunidades profesionales en un plazo de 6 meses.
OBJETIVO ESPECÍFICO 1.1: Publicar 3 artículos fotográficos de alta calidad relacionados con su expertise cada mes durante los próximos 6 meses.	OBJETIVO ESPECÍFICO 1.2: Realizar 5 actualizaciones de estado semanales e interactuar con al menos 5 publicaciones de otros usuarios diariamente durante 6 meses.
KPI'S: Cantidad de interacciones y rango de alcance.	KPI'S: Analizar la cantidad de nuevos seguidores y potenciales clientes.

OBJETIVO GENERAL 2	Incrementar el engagement en Instagram para fortalecer la conexión con la audiencia y mejorar la visibilidad de la marca personal en un plazo de 6 meses.
OBJETIVO ESPECÍFICO 2.1: Publicar contenido visual 4 veces por semana durante los próximos 6 meses.	OBJETIVO ESPECÍFICO 2.2: Implementar 2 historias interactivas por semana (como encuestas o preguntas) para lograr que al menos el 10% de los seguidores participen activamente.
KPI'S: Cantidad de interacciones, reacciones y alcance.	KPI'S: Analizar la cantidad de nuevos conectes y aumento de red.


CALENDARIO DE CONTENIDOS

INSTAGRAM

Calendario de contenido del 30 de septiembre al 15 de octubre de 2024						
#	Día	Fecha	Hora	Link de pieza	Copy	Descripción
1	Lunes	30-09-24	11:00 am	https://drive.google.com/drive/folders/1hoIRIm3q_0I2blmt_WL5wl9BsxuHbA5h	🗣️ El arte es una de las expresiones artísticas que puede sacar diferentes emociones. El Teatro Cayaguanca, en Chalatenango. ✨ #DíaDelTeatro #Fotografía #Arte #Payaso #Escenario	Carrusel de fotos
2	martes	01-10-24	12:00 m	https://drive.google.com/drive/folders/1hoIRIm3q_0I2blmt_WL5wl9BsxuHbA5h	📷 "El principal instrumento del fotógrafo son sus ojos" - Manuel Álvarez Bravo. La mirada detrás del lente es lo que da vida a cada imagen, capturando la esencia del momento. ¿Cómo ves el mundo a través de tu cámara? 🌍 ✨ #ManuelÁlvarezBravo #FrasesCélebres #OjosDeFotógrafo #InspiraciónVisual	Reel Frases célebres 1
3	Miércoles	02-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1hoIRIm3q_0I2blmt_WL5wl9BsxuHbA5h	🌍 Trivia del día: ¿Cuál es el lugar más fotografiado del mundo? 🗣️ ✨ ¡Deja tu respuesta en los comentarios! 📷 #TriviaFotográfica #SabíasQué #LugaresIcónicos #FotografíaMundial #ViajerosDelMundo"	Trivia
4	Jueves	03-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1hoIRIm3q_0I2blmt_WL5wl9BsxuHbA5h	🎧 ¡Nuevo podcast! Hablamos sobre astrofotografía, la técnica que te permite capturar la magia del cosmos. Descubre los mejores consejos para fotografiar estrellas, la Vía Láctea y otros cuerpos celestes. ¡No te lo pierdas! 📷 ✨ #Astrofotografía #FotografíaNocturna #PodcastFotografía #CieloEstrellado #FotógrafosDelMundo	Reel Astrología

5	Viernes	04-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1hoIRIm3q_0I2blmt_WL5wI9BsxuHbA5h	🐠📷 ¿Sabías que la primera fotografía acuática fue tomada en 1856? Esta innovadora imagen abrió las puertas a la exploración del mundo submarino a través del lente de una cámara. ¡Un hito en la historia de la fotografía! #FotografíaAcuática #HistoriaDeLaFotografía #SabíasQué #InnovaciónVisual #FotografíaSubmarina	¿Sabías qué?
6	Sábado	05-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1hoIRIm3q_0I2blmt_WL5wI9BsxuHbA5h	📷👉 Cada clic es una batalla ganada, capturando lo eterno en un solo instante. ¿Qué momento has logrado immortalizar? ⌚ #CristinaGarcíaRodero #FrasesCélebres #FotografíaEterna #CapturandoMomentos #ArteFotográfico	Reel Frases Celebres
7	Domingo	06-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1hoIRIm3q_0I2blmt_WL5wI9BsxuHbA5h	🌿✝️ Día de la Cruz: Un tributo a nuestras raíces ancestrales ✝️🌿 El Día de la Cruz en El Salvador es más que una celebración religiosa; es un puente que conecta nuestra historia con la naturaleza y las tradiciones de nuestros ancestros. 🌿✝️ #DíaDeLaCruz #TradiciónSalvadoreña #RaícesAncestrales #CulturalIndígena #ElSalvador #FotografíaCultural	Post de venta
8	Lunes	07-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1hoIRIm3q_0I2blmt_WL5wI9BsxuHbA5h	📷📸 ¿Sabías que la icónica foto del beso en Times Square fue tomada el 14 de agosto de 1945? Esta imagen immortalizó el eufórico momento en que un marinero y una enfermera celebraban el fin de la Segunda Guerra Mundial. #SabíasQué #FotografíaHistórica #ElBesoEnNY #HistoriaEnFotos	¿Sabías qué?
9	Martes	08-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1hoIRIm3q_0I2blmt_WL5wI9BsxuHbA5h	📱💡 El marketing de contenidos es la clave para conectar con tu audiencia en redes sociales. Publica contenido relevante, auténtico y valioso para construir relaciones y generar confianza. Recuerda: el contenido es el rey 👑, pero la estrategia es su corona.	Reel redes sociales.







					#MarketingDeContenidos #SocialMedia	
10	Miércoles	09-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1hoIRIm3q_0I2bImt_WL5wI9BsxuHbA5h	📷 ✨ Frente a la majestuosa Catedral de Chalatenango, estas fotos capturan la belleza y fuerza de la labor de una mujer, en una puesta escénica que celebra el arte y la vida cotidiana. Cada imagen cuenta una historia, un homenaje visual a la dedicación y el esfuerzo. #FotografíaArtística #CatedralDeChalatenango #PuestaEscénica #ArteVisual #HistoriasDeMujer	Carrusel de fotos
11	Jueves	10-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1hoIRIm3q_0I2bImt_WL5wI9BsxuHbA5h	🌍 📷 La Foto del Año 2024 de World Press Photo nos recuerda el poder de una imagen para contar historias que impactan al mundo. Un testimonio visual que trasciende fronteras y captura la esencia de nuestro tiempo. ¿Qué te transmite esta obra maestra? 📧 #WorldPressPhoto #FotodelAño #Fotoperiodismo #HistoriasQueImportan #Fotografía2024	Marketing de contenidos
12	Viernes	11-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1hoIRIm3q_0I2bImt_WL5wI9BsxuHbA5h	En las diferentes coberturas realizadas, tuve la oportunidad de colaborar con Lumen El Salvador para cubrir la JMJ en Lisboa y estos fueron los resultados de la misa final y de envío con el Papa. 🇨🇷 Donde se anunció que la próxima JMJ será en Corea del Sur.	Post de trabajo realizado, fotografías
13	Sábado	12-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1hoIRIm3q_0I2bImt_WL5wI9BsxuHbA5h	📷 🌍 ¿Quieres mejorar tu fotografía documental? Aquí te dejo cinco tips clave para capturar historias reales y momentos únicos que reflejan la vida cotidiana. Desde cómo acercarte a los sujetos hasta los mejores ángulos para inmortalizar momentos. ¡Descúbrelo ahora! #FotografíaDocumental #HistoriasVisuales #TipsFotografía #FotoPeriodismo #CapturaLaRealida	Reel Marketing de contenidos

14	Domingo	13-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1hoIRIm3q_0I2bImt_WL5wI9BsxuHbA5h	  La puesta escénica resalta la conexión entre la labor diaria y el arte, creando una sinergia única frente a la Catedral de Chalatenango. #ArteYFotografía #CatedralChalatenango #EscenasDeVida #FotografíaCreativa #MujeresInspiran	Post de trabajo realizado, fotografías
15	Lunes	14-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1hoIRIm3q_0I2bImt_WL5wI9BsxuHbA5h	  La cámara nos revela detalles ocultos y transforma lo cotidiano en algo extraordinario. ¿Qué nuevas perspectivas descubres con tu lente? ✨ #EdwardWeston #FrasesCélebres #Fotoperiodismo #NuevaLuz #FotografíaCreativa"	Post de trabajo realizado, fotografías

CALENDARIO DE LINKEDIN

CALENDARIO DE CONTENIDO LINKEDIN						
#	Día	Fecha	Hora	Link de pieza	Copy	Descripción
1	sábado	30-09-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1vsiGJzIxVzHI3wmT_ZYrq8q7JNyJdMt9	Sin copy	blog
2	domingo	01-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1vsiGJzIxVzHI3wmT_ZYrq8q7JNyJdMt9	<p>📷 “El principal instrumento del fotógrafo son sus ojos” - Manuel Álvarez Bravo. La mirada detrás del lente es lo que da vida a cada imagen, capturando la esencia del momento. ¿Cómo ves el mundo a través de tu cámara? 🌍 ✨</p> <p>#ManuelÁlvarezBravo #FrasesCélebres #OjosDeFotógrafo #InspiraciónVisual</p>	Arte, frases celebres
3	lunes	02-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1vsiGJzIxVzHI3wmT_ZYrq8q7JNyJdMt9	<p>💡 El marketing de contenidos es la clave para conectar con tu audiencia en redes sociales. Publica contenido relevante, auténtico y valioso para construir relaciones y generar confianza. Recuerda: el contenido es el rey 👑, pero la estrategia es su corona. #MarketingDeContenidos #SocialMedia #EstrategiaDigital #ContenidoDeValor #Engagement</p>	Podcast, marketing de contenidos
4	martes	03-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1vsiGJzIxVzHI3wmT_ZYrq8q7JNyJdMt9	<p>🌿 ✨ Día de la Cruz: Un tributo a nuestras raíces ancestrales ✨ 🌿 El Día de la Cruz en El Salvador es más que una celebración religiosa; es un puente que conecta nuestra historia con la naturaleza y las tradiciones de nuestros ancestros.</p> <p>🌿 🌸 #DíaDeLaCruz #TradiciónSalvadoreña #RaícesAncestrales #CulturalIndígena #ElSalvador #FotografíaCultural</p>	Imagen

5	miércoles	04-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1vsiGJzIxVzHI3wmT_ZYrq8q7JNjYdMt9	Sin copy	Blog- Facebook
6	jueves	05-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1vsiGJzIxVzHI3wmT_ZYrq8q7JNjYdMt9	📷 👤 ¡Nuevo podcast! Hablamos sobre astrofotografía, la técnica que te permite capturar la magia del cosmos. Descubre los mejores consejos para fotografiar estrellas, la Vía Láctea y otros cuerpos celestes. ¡No te lo pierdas! 🔭 ✨ #Astrofotografía #FotografíaNocturna #PodcastFotografía #CieloEstrellado #FotógrafosDelMundo	Marketing de contenidos
7	viernes	06-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1vsiGJzIxVzHI3wmT_ZYrq8q7JNjYdMt9	📷 ✨ Cada clic es una batalla ganada, capturando lo eterno en un solo instante. ¿Qué momento has logrado immortalizar? ⌚ #CristinaGarcíaRodero #FrasesCélebres #FotografíaEterna #CapturandoMomentos #ArteFotográfico	Arte frases celebres 2
8	sábado	07-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1vsiGJzIxVzHI3wmT_ZYrq8q7JNjYdMt9	📷 👤 ¡Nuevo podcast! Hablamos sobre astrofotografía, la técnica que te permite capturar la magia del cosmos. Descubre los mejores consejos para fotografiar estrellas, la Vía Láctea y otros cuerpos celestes. ¡No te lo pierdas! 🔭 ✨ #Astrofotografía #FotografíaNocturna #PodcastFotografía #CieloEstrellado #FotógrafosDelMundo	Podcast: astrofotografía
9	domingo	08-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1vsiGJzIxVzHI3wmT_ZYrq8q7JNjYdMt9	🎭 Arte y risas en el Teatro Cayaguanca, Chalatenango 🎭 Bajo las luces del histórico Teatro Cayaguanca, en Chalatenango, los payasos nos llevan en un viaje lleno de risas y emociones. 🎭 Cada gesto y cada risa pintada nos recuerda que el teatro es un espacio donde la magia cobra vida, y los corazones se conectan a través del arte. ✨ #CulturaSalvadoreña #TeatroPopular #FotografíaTeatral #Payasos #ArteEnElSalvador #FotografíaDocumental	Branding – imagen
10	Lunes	09-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1vsiGJzIxVzHI3wmT_ZYrq8q7JNjYdMt9	Sin copy	Blog Documental

11	martes	10-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1vsiGJzIxVzHI3wmT_ZYrq8q7JNyJdMt9	  La cámara nos revela detalles ocultos y transforma lo cotidiano en algo extraordinario. ¿Qué nuevas perspectivas descubres con tu lente? 📷 #EdwardWeston #FrasesCélebres #Fotoperiodismo #NuevaLuz #FotografíaCreativa"	Arte frases celebres
12	miércoles	11-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1vsiGJzIxVzHI3wmT_ZYrq8q7JNyJdMt9	  ¿Sabías que un Community Manager necesita las herramientas adecuadas para gestionar múltiples tareas? ¡Optimiza tu tiempo y potencia tu estrategia con estas herramientas! #CommunityManager #HerramientasDigitales #GestiónDeRedes #EstrategiaSocialMedia #MarketingDigital	Podcast herramientas marketing de contenidos
13	jueves	12-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1vsiGJzIxVzHI3wmT_ZYrq8q7JNyJdMt9	  ¿Quieres mejorar tu fotografía documental? Aquí te dejo cinco tips clave para capturar historias reales y momentos únicos que reflejan la vida cotidiana. Desde cómo acercarte a los sujetos hasta los mejores ángulos para inmortalizar momentos. ¡Descúbrelo ahora! #FotografíaDocumental #HistoriasVisuales #TipsFotografía #FotoPeriodismo #CapturaLaRealidad	Podcast – fotografía
14	viernes	13-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1vsiGJzIxVzHI3wmT_ZYrq8q7JNyJdMt9	Sin copy	Blog – Fotografía contra luz
15	sábado	14-10-24	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1vsiGJzIxVzHI3wmT_ZYrq8q7JNyJdMt9	Esta frase del comunicador y capacitador radiofónico, José Ignacio López Vigil, dijo esta frase que muy bien aplica para la comunicación comunitaria, como para la radio y diferentes ámbitos donde se tiene la capacidad de llegar a otros. Esta frase nos recuerda del compromiso de estar informados y tener conocimiento de todo lo que compartimos cuando tenemos el privilegio de hablar a través de un micrófono y ser escuchados a través de una radio. 📻📡	Infografía

REFERENCIAS

Portillo, Kelly. (2024). *Instagram*. Obtenido de
<https://www.instagram.com/kellysportillo?igsh=MXVhYjQ5emY3eTJ4dA%3D%3D>

Romero, Katya. (2023). *Instagram*. Obtenido de
https://www.instagram.com/_kataromero/?locale=es_LA&hl=en

Mangandy, Michelle. (2023). *Instagram*. Obtenido de
https://www.instagram.com/mangandy.m/?locale=es_LA&hl=en



Soy Fotoperiodista:

"La fotografía es una lucha. El enemigo es el tiempo y vences cuando consigues congelarlo en el momento adecuado, evitando que algo que habla de ti y de lo que está pasando muera y desaparezca para siempre"

Cristina Garcia Rodero.



Keila Arreaga



Soy Fotoperiodista:

"A través del ojo fotográfico se puede ver el mundo bajo una nueva luz; un mundo en su mayor parte inexplorado y desconocido; un mundo que aguarda ser descubierto y revelado"

Edward Weston.



Keila Arreaga

Podcast

¡Hablemos de Redes Sociales!



Keila Arreaga
Community Manager

Podcast

¡Hablemos de Fotografía!




Keila Arreaga
Fotoperiodista

Piezas gráficas y fotografías para Instagram.



¿SABÍAS QUÉ...?

La primera fotografía tomada bajo el agua en un ambiente natural fue realizada en 1856 por el inglés William Thompson en la bahía de Weymouth, Inglaterra.




PREMIO WORLD PRESS PHOTO 2024

El fotoperiodista palestino Mohammed Salem ganó el premio World Press Photo 2024 a la foto del año por su imagen de una mujer palestina acunando el cadáver de su sobrina de cinco años en la Franja de Gaza.

La imagen fue tomada el 17 de octubre de 2023 en el hospital Nasser de Khan Younis, en el sur de Gaza, donde las familias buscaban a parientes muertos durante los bombardeos israelíes sobre el enclave palestino.

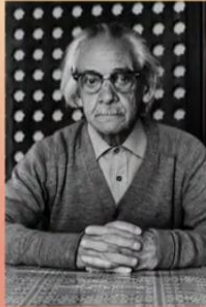



Keila Arreaga

Soy Fotoperiodista:

“El principal instrumento de un fotógrafo son sus ojos. Por extraño que parezca, muchos fotógrafos eligen usar los ojos de otro fotógrafo, sea del pasado o del presente, en vez de los suyos. Estos fotógrafos están ciegos”.

Manuel Alvarez Bravo



Keila Arreaga



Soy Fotoperiodista:

"La fotografía es una lucha. El enemigo es el tiempo y vences cuando consigues congelarlo en el momento adecuado, evitando que algo que habla de ti y de lo que está pasando muera y desaparezca para siempre"

Cristina Garcia Rodero



Keila Arraiza

Podcast

¡Hablemos de Redes Sociales!



Keila Arraiza
Community Manager

Podcast

¡Hablemos de Fotografía!



Keila Arraiza
Fotoperiodista

TRIVIA!

¿Cuál es el sitio más fotografiado del mundo?



Torre Eiffel



Coliseo Romano



Machu Picchu



Golden Gate



Taj Mahal

Keila Arraiza

