

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



**TÍTULO:
ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL, MARCA
PERSONAL: FATIMA ARGUETA**

PRESENTADO POR:

ALICIA MARGARITA FIGUEROA TOBAR

FT17005

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

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

DOCENTE DEL CURSO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

COORDINADOR DEL CURSO

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

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA

RECTOR

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 RIVERA

DECANO

MAESTRA MARIA CRUZ JURADO

VICEDECANA

MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA

SECRETARIA

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

LICENCIADO EDIS EDGARDO MONGE LUNA

JEFE DE DEPARTAMENTO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

LICENCIADA SILVIA MARIA ESTRADA LÓPEZ

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

AGRADECIMIENTOS

Al concluir una etapa maravillosa de mi vida, quiero extender un profundo agradecimiento a quienes hicieron posible cumplir este sueño, aquellos que junto a mí caminaron en todo momento y siempre fueron inspiración, apoyo y fortaleza. Esta mención es en especial para:

DIOS: por iluminar mi camino y brindarme la fuerza y sabiduría necesaria para finalizar mis estudios de educación superior.

MIS PADRES: Alicia Tobar y Roberto Figueroa por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad. Por todo el esfuerzo y sacrificio que han hecho a lo largo de mi vida para brindarme una educación de calidad. Su amor y compromiso han sido mi mayor inspiración y motivación para superarme cada día.

MIS HERMANOS: Edgar Figueroa y Milagro Ayala por su apoyo constante en todas mis actividades académicas y por ser verdaderos ejemplos de perseverancia y superación.

MI AMIGO: Mario Cerón, su apoyo ha sido un pilar que me ha sostenido en los momentos de duda y cansancio. Gracias por estar siempre a mi lado, celebrando mis éxitos y apoyándome en los momentos difíciles.

COOKY: mi querida mascota, por ser mi fiel compañera en los buenos y malos momentos. Tu amor incondicional y lealtad me han hecho sentir amada y apoyada. Eres un miembro invaluable de mi familia.

ÍNDICE

RESUMEN	7
INTRODUCCIÓN	8
REDES SELECCIONADAS	9
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA	10
SERVICIOS DE LA MARCA	11
ANÁLISIS DEL FODA	12
COMPETENCIAS DE LA MARCA	14
BUYER PERSONA	19
SELECCIÓN DE LOS CANALES DIGITALES	21
PLAN DE CONTENIDOS	22
ESTRATEGIA SEO	24
MEDICIÓN Y ANÁLISIS	25
CALENDARIO DE 1 AL 15 DE OCTUBRE IG Y LK	28
ANEXOS	32
BIBLIOGRAFÍA	44

RESUMEN

En el competitivo mundo del marketing digital, destacar y diferenciarse de los demás es crucial para el éxito. Una forma efectiva de lograrlo es mediante la construcción de una marca personal. El trabajo presentado a continuación muestra el proceso de creación y posicionamiento de una marca personal. Es un plan de acción que define las tácticas, canales y objetivos para promover una marca en el entorno digital. Se trata de un conjunto de estrategias que permiten promocionar las habilidades, experiencias, carrera y valores de “Fatima Argueta”, desde la elección de la identidad visual, hasta la selección de los canales digitales y la calendarización de contenidos a publicar. Una estrategia digital para una marca personal es importante porque permite: diferenciarse al construir una reputación sólida, crear una comunidad al compartir contenido de valor, aumentar la visibilidad estando presente en redes sociales, adaptarse y evolucionar, fundamental para el éxito personal y profesional. Ayuda a construir relaciones duraderas y a conseguir oportunidades de negocio.

Palabras claves: marca personal, marketing digital, estrategia y redes sociales.

INTRODUCCIÓN

El marketing digital en redes sociales es una estrategia que permite conectar con la audiencia, promocionar productos o servicios y generar interacciones. La marca personal es un aspecto fundamental en el marketing digital, ya que es la forma en que te presentas a ti mismo en el mercado online y la percepción que tienen de ti los demás.

Asimismo, implica un enfoque estructurado para conectar con un público específico a través de plataformas y herramientas digitales, como redes sociales, motores de búsqueda, correo electrónico, sitios web, y más. Una marca personal bien desarrollada puede abrir puertas a nuevas oportunidades laborales, colaboraciones y proyectos.

Por lo tanto, el presente trabajo comprende el desarrollo de los elementos que debe de llevar una estrategia de marketing digital, iniciando con el Análisis de la situación, su presencia digital actual, la descripción de la marca, un análisis FODA para identificar los puntos fuertes y débiles, así como las oportunidades y amenazas y también la identificación de la competencia.

Además, se crean los objetivos SMART como metodología utilizada para definir metas claras y alcanzables, la identificación del público objetivo con la creación de los Buyer Persona definiendo quienes son los clientes ideales. También, la justificación de la selección de los canales digitales para el éxito de la estrategia digital.

Igualmente, se define el plan de contenidos describiendo los pilares de la estrategia de marketing para tener ideas claras, posteriormente, se crean las palabras claves de pilares y subtemas de contenidos para asegurar un mejor posicionamiento SEO de la marca personal, tanto en motores de búsqueda como de las publicaciones que se realicen.

Finalmente, se especifican los KPIs para optimizar y confirmar haber alcanzado los objetivos propuestos de la estrategia digital, y, se crea un calendario para 15 días de publicaciones.

REDES SELECCIONADAS

INSTAGRAM: Retos/elementos a gestionar: Optimización de red social para dar a conocer la marca, crear contenido digital de manera regular, utilizar keywords para una mejor visibilidad del buscador, interactuar con seguidores y apuesta por el contenido en vivo.

LINKEDIN: Retos/elementos a gestionar: Posicionar la marca a través de un perfil atractivo, utilizar palabras claves que definan la marca, optimizar la descripción, crear una red de contactos y actualizar la URL genérica con keywords para aparecer en la búsqueda de Google.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

Fatima Argueta nace con el objetivo de diferenciarse y conseguir un mayor éxito profesional para fortalecer y potenciar los atributos que la hacen ser única, permitiendo destacar en el área de las comunicaciones, como experta en creación de noticias para plataformas digitales y reporteo.

Escribe contenido relevante e interesante para los usuarios en internet y cumple con las directrices marcadas por Google para atraer tráfico hacia el sitio web, además, su trabajo ayuda a que el público se mantenga informado a través de los reportajes objetivos de la realidad nacional.

Asimismo, a Fatima Argueta la diferencia su autenticidad y creatividad, investiga sus competidores y analiza su cliente ideal y potencial.

SERVICIOS DE LA MARCA

Costo de servicios:

☐ **Redactora digital:**

- ✓ Escribir contenido relevante e interesante en medios online como Instagram

Y LinkedIn.

- ✓ Redacción de textos para blogs y redes sociales.

- ✓ Análisis de KPIs

Precio: \$360 aproximadamente

☐ **Reportera digital y de medio tradicional:**

- ✓ Investigación y sintetización de la noticia para difundirla a través de los

medios de comunicación.

Precio: \$400-\$500 aproximadamente.

ANÁLISIS DEL FODA

FORTALEZAS

- Habilidad para redactar noticias en el entorno online.
- Redacción SEO.
- Capacidad de investigación.
- Habilidades comunicativas
- Creatividad.

OPORTUNIDADES

- Crear una marca personal.
- Instituciones interesadas en comunicadores sociales que manejen plataformas digitales.
- Mejorar la imagen profesional en RRSS.
- Crear una red de contactos.
- Posicionar la marca para diferenciarla de los competidores.

DEBILIDADES

- Expansión de más marcas personales.
- Desconocimiento del público.
- Poca presencia e interacción en redes sociales.
- Limitado conocimiento en tendencias de Marketing digital.
- Falta de optimización de RRSS.

AMENAZAS


- Nuevos competidores.
- Surgimiento de nuevas tecnologías que hacen obsoletas ciertas habilidades.
- El posicionamiento que los competidores directos tienen en redes sociales.
- Tendencias digitales en constante cambio.
- Instituciones o empresas que soliciten experiencia en Marketing digital.

COMPETENCIAS DE LA MARCA

INSTAGRAM

Competencia/Nombre comercial	INSTAGRAM
oscarhalliwell	Oscar Halliwell/ https://www.instagram.com/oscarhalliwell?igsh=MTRybJf6b3N6dWpqbg--
mazielmendez	Maziel Méndez/ https://www.instagram.com/mazielmendez?igsh=MTF6d3NxZ2hqMXUyaA--
ana.campostv	Ana Campos/ https://www.instagram.com/ana.campostv?igsh=a2xzM256YnJxZmdy

- Oscarhalliwell//Oscar Halliwell**



ANÁLISIS


CANTIDAD DE PUBLICACIONES: 22 publicaciones.

TIPOS DE PUBLICACIONES/FORMATOS: FOTOGRAFÍAS Y REELS.

REDES Y CANALES DIGITALES: INSTAGRAM, FACEBOOK Y TIK TOK.

DIFERENCIAS DE CONTENIDO ENTRE CANALES DIGITALES: POST DIFERENTES.

- Mazielmendez//Maziel Méndez**



ANÁLISIS

CANTIDAD DE PUBLICACIONES: 22 PUBLICACIONES.

TIPOS DE PUBLICACIONES/FORMATOS: FOTOGRAFÍAS Y REELS.

REDES Y CANALES DIGITALES: FACEBOOK, INSTAGRAM, TIK TOK Y LINKEDIN.

DIFERENCIAS DE CONTENIDO ENTRE CANALES DIGITALES: POST DIFERENTES.

- **Ana.campostv//Ana Campos**

	<p style="text-align: center;">ANÁLISIS</p> <p>CANTIDAD DE PUBLICACIONES: 44 PUBLICACIONES.</p> <p>TIPOS DE PUBLICACIONES/FORMATOS: FOTOGRAFÍAS Y REELS.</p> <p>REDES Y CANALES DIGITALES: FACEBOOK, INSTAGRAM Y TIK TOK.</p> <p>DIFERENCIAS DE CONTENIDO ENTRE CANALES DIGITALES: POST DIFERENTES.</p>
---	--

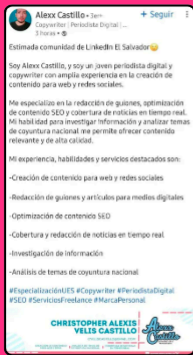
LINKEDIN

Competencia/Nombre comercial	LINKEDIN
Georgina Martinez	https://www.linkedin.com/in/georgina-mar%C3%ADnez-b8834a1b5/
Alexx Castillo	https://www.linkedin.com/in/cveliscastillo/
Yamileth Martinez	https://www.linkedin.com/in/yamiisv/

- **Georgina Martinez//LK**

	<table border="1"> <thead> <tr> <th>ANÁLISIS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CANTIDAD DE PUBLICACIONES: 1PUBLICACIÓN.</td> </tr> <tr> <td>TIPOS DE PUBLICACIONES/FORMATOS: FOTOGRAFÍAS.</td> </tr> <tr> <td>REDES Y CANALES DIGITALES: FACEBOOK, INSTAGRAM, TIK TOK Y LINKEDIN.</td> </tr> <tr> <td>DIFERENCIAS DE CONTENIDO ENTRE CANALES DIGITALES: Contenido profesional en IG y LK en comparación de otras redes.</td> </tr> </tbody> </table>	ANÁLISIS	CANTIDAD DE PUBLICACIONES: 1PUBLICACIÓN.	TIPOS DE PUBLICACIONES/FORMATOS: FOTOGRAFÍAS.	REDES Y CANALES DIGITALES: FACEBOOK, INSTAGRAM, TIK TOK Y LINKEDIN.	DIFERENCIAS DE CONTENIDO ENTRE CANALES DIGITALES: Contenido profesional en IG y LK en comparación de otras redes.
ANÁLISIS						
CANTIDAD DE PUBLICACIONES: 1PUBLICACIÓN.						
TIPOS DE PUBLICACIONES/FORMATOS: FOTOGRAFÍAS.						
REDES Y CANALES DIGITALES: FACEBOOK, INSTAGRAM, TIK TOK Y LINKEDIN.						
DIFERENCIAS DE CONTENIDO ENTRE CANALES DIGITALES: Contenido profesional en IG y LK en comparación de otras redes.						

- **Alexx Castillo//LK**

	<table border="1"> <thead> <tr> <th>ANÁLISIS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CANTIDAD DE PUBLICACIONES: 1PUBLICACIÓN.</td> </tr> <tr> <td>TIPOS DE PUBLICACIONES/FORMATOS: FOTOGRAFÍAS Y REELS.</td> </tr> <tr> <td>REDES Y CANALES DIGITALES: FACEBOOK, INSTAGRAM, TIK TOK Y LINKEDIN.</td> </tr> <tr> <td>DIFERENCIAS DE CONTENIDO ENTRE CANALES DIGITALES: Perfil profesional en LK en comparación con las demás redes.</td> </tr> </tbody> </table>	ANÁLISIS	CANTIDAD DE PUBLICACIONES: 1PUBLICACIÓN.	TIPOS DE PUBLICACIONES/FORMATOS: FOTOGRAFÍAS Y REELS.	REDES Y CANALES DIGITALES: FACEBOOK, INSTAGRAM, TIK TOK Y LINKEDIN.	DIFERENCIAS DE CONTENIDO ENTRE CANALES DIGITALES: Perfil profesional en LK en comparación con las demás redes.
ANÁLISIS						
CANTIDAD DE PUBLICACIONES: 1PUBLICACIÓN.						
TIPOS DE PUBLICACIONES/FORMATOS: FOTOGRAFÍAS Y REELS.						
REDES Y CANALES DIGITALES: FACEBOOK, INSTAGRAM, TIK TOK Y LINKEDIN.						
DIFERENCIAS DE CONTENIDO ENTRE CANALES DIGITALES: Perfil profesional en LK en comparación con las demás redes.						

- Yamileth Martínez//LK

	<p style="text-align: center;">ANÁLISIS</p> <p>CANTIDAD DE PUBLICACIONES: 23 PUBLICACIONES.</p> <p>TIPOS DE PUBLICACIONES/FORMATOS: FOTOGRAFÍAS, VIDEOS, REELS.</p> <p>REDES Y CANALES DIGITALES: FACEBOOK, INSTAGRAM, LINKEDIN, TIK TOK.</p> <p>DIFERENCIAS DE CONTENIDO ENTRE CANALES DIGITALES: Perfil profesional en LK en comparación con las demás redes.</p>
--	--

DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS

- ✓ Aumentar las visitas en Instagram y LinkedIn en un 20% en dos meses, al incrementar la distribución de contenido, organizado en un plan de Marketing.
- ✓ Alcanzar 25 seguidores en Instagram en los próximos 15 días.
- ✓ Agregar 25 nuevos contactos profesionales en LinkedIn cada mes durante los próximos 3 meses.
- ✓ Aumentar el tráfico en Instagram y LinkedIn en un 10%, duplicando la producción de contenidos en un mes, difundidos en cada red social.

BUYER PERSONA

BUYER PERSONA INSTAGRAM:

MARIO RAMIREZ

HAZ CLICK AQUÍ 

DATOS PERSONALES

Edad: 36 años
 Ocupación: Jefe de departamento de comunicaciones de la alcaldía de Soyapango.
 Ubicación: El Salvador, Soyapango.
 Nivel educativo: Licenciado en comunicaciones.
 Ingresos anuales: \$40.000 Estado with casado y con 2 hijos

MOTIVACIONES Y OBJETIVOS

Motivación: Mejorar el alcance de los sitios web de la Alcaldía.
 Objetivo: Llegar a nuevas audiencias para obtener mayor visibilidad.

3 PUNTOS DE DOLOR

Las redes sociales no han sido su mayor preocupación en utilizarlas hasta hoy en su mayor momento.
 Desafío: Crear notas periodísticas atractivas para publicadas en redes sociales.

4 PERFIL PROFESIONAL

- Más de 15 años de experiencia en el departamento de comunicaciones tradicionales.
- Experto en editar de videos de noticias para televisión.

5 FRUSTRACIONES

Abrumado por la cantidad de nuevas herramientas tecnológicas. Inseguro de cómo adaptar su estilo de redacción en las plataformas digitales.

6 EXPERTO EN COMUNICACIONES

Crear noticias en Facebook y en un blog donde la nota se amplie con mayor información.
 Realizar notas de video y postearlas en Facebook como blogs para generar un mayor plicance.

Alicia Margarita Figueroa Tobar, FT17005

JAZMINE LOPEZ
 DIRECTORA PERIODISTA DE "AQUÍ EL SALVADOR"

1 DATOS PERSONALES

- Ocupación: Directora periodista.
- Ubicación: San Salvador, El Salvador.
- Nivel educativo: Licenciada en comunicaciones.

2 OBJETIVOS Y NECESIDADES

- Busca profesionales con experiencia en reporteo.
- Quiere destacar en un mercado laboral que está cada vez más digitalizado.
- Desea manejar KPIs.

3 MIEDOS Y FRUSTRACIONES

- Se siente angustiada por la cantidad de nuevas herramientas tecnológicas.
- Preocupación por la reducción de empleos de reportera.
- No incrementar el rating.

4 COMPORTAMIENTO

- Sigue blogs y podcasts sobre tendencias en periodismo y comunicación.
- Se mantiene actualizada diariamente a través de las plataformas digitales.
- Utiliza diariamente sus redes sociales.

5 ¿CÓMO PUEDE AYUDARLE LA PERIODISTA INTERESADA?

- Crear contenido relevante y atractivo para las audiencias.
- Habilidad en el uso de herramientas digitales.
- Profesional comprometida para incrementar el alcance del medio de comunicación.
- Interactuar con el público a través de las RRS.

HAZ CLIC AQUÍ 

Alicia Margarita Figueroa Tobar, FT17005

ROBERTO CARDOZA
 JEFE DE Prensa DE INFORMATIVO TELEDOS

DATOS PERSONALES

- Ocupación: Jefe de prensa.
- Ubicación: En Panamericana, Antigua Cascatlán, La Libertad.
- Nivel educativo: Licenciatura en Periodismo.

OBJETIVOS Y NECESIDADES

- Desea mantenerse sobresaliente en un mercado laboral que está cada vez más digitalizado.
- Busca formas de llegar a nuevas audiencias a través de contenidos relevantes y atractivos.

MIEDOS Y FRUSTRACIONES

- No contar con experiencias en reporteo.
- Se siente abrumado por la cantidad de herramientas tecnológicas.

COMPORTAMIENTO

- Participa en webinars y conferencias sobre periodismo digital.
- Se mantiene informado de todas las tendencias digitales actuales.
- Planifica una estrategia de comunicación con el fin de reforzar la imagen de la entidad que representa.

¿CÓMO PUEDE AYUDARLE LA PERIODISTA INTERESADA?

- Experiencia en el área del reporteo.
- Profesional creativo para la creación de contenidos periodísticos.
- Destreza en el manejo de nuevas tecnologías.

HAZ CLIC AQUÍ 

BUYER PERSONA LINKEDIN:

HAZ CLICK AQUÍ → [linkedin.com/in/fatima-argueta-772b992a9](https://www.linkedin.com/in/fatima-argueta-772b992a9)

LUIS LAÍNEZ

Datos Personales

Ocupación: Director editorial
Ubicación: El Salvador
Nivel Educativo: Licenciado en ciencias de la comunicación
Ingresos anuales: 12,000
Estado civil: Casado

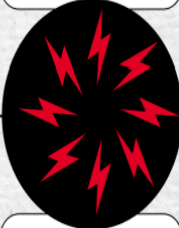


Motivaciones y objetivos

Motivaciones: Desea desarrollar habilidades digitales para la publicación de su contenido.
Objetivos: Llegar a nuevas audiencias para lograr un mayor alcance en las plataformas digitales.

Puntos de dolor

Que el medio impreso hoy en día, es el menos visualizado de todos.
Desafío: Competir contra corriente para que el medio logre superar estos obstáculos.



Perfil profesional

Tiene más de 25 años de experiencia en los medios impresos en su totalidad.
Experto en redacciones, edición de artículos y periódicos, realización de entrevistas y noticias.

Frustraciones

Falta de interés en el público que genere menos empleo a futuros periodistas.

Experto en comunicaciones

- Crear contenido relevante y novedoso a través del uso de keywords.
- Uso de herramientas digitales para aumentar el tráfico del contenido.



Alicia Margarita Figuera Tobar
FT17005



MARCELA FONSECA

EDITORA JEFE DE MEDIOS DIGITALES EN EL DIARIO DE HOY.



DATOS PERSONALES

Ocupación: Editora jefe de medios digitales.
Ubicación: TI cil ort y av Cuscatancingo, San Salvador.
Nivel educativo: Licenciada en Periodismo.



OBJETIVOS Y NECESIDADES

- Busca escribir contenido relevante e interesante para los usuarios de las plataformas online.
- Ambiciona destacar en el mercado digital que está en constante cambio.
- Desea desarrollar habilidades en SEO para hacer que su sitio web aparezca en búsquedas destacadas.



MIEDOS Y FRUSTRACIONES

- Dificultad para encontrar profesional con experiencia en plataformas digitales.
- Agobiada por la cantidad de nuevas herramientas tecnológicas.
- No posicionar su sitio web en internet.



COMPORTAMIENTO

- Utiliza keywords en su contenido periodístico.
- Participa en webinars y conferencias sobre periodismo digital.
- Usa las redes sociales diariamente.
- Activa en LinkedIn para conectar con otros profesionales.



¿CÓMO PUEDE AYUDARLE LA PERIODISTA INTERESADA?

- Creación y edición de contenidos para la web.
- Analizar KPIs de las diferentes plataformas digitales.
- Profesional con habilidades en Marketing digital.

HAZ CLIC AQUÍ → [linkedin.com/in/fatima-argueta-772b992a9](https://www.linkedin.com/in/fatima-argueta-772b992a9)

Alicia Margarita Figuera Tobar
FT17005



LUIS SAMAYOA

GERENTE DE NOTICIAS GRUPO MEGAVISIÓN

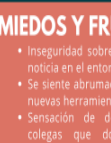
DATOS PERSONALES

Ocupación: Gerente de noticias.
Ubicación: Colonia Escalón, San Salvador.
Nivel educativo: Licenciado en Periodismo.



OBJETIVOS Y NECESIDADES

- Quiere mantenerse relevante en un mercado laboral que está cada vez más digitalizado.
- Busca formas de llegar a nuevas audiencias a través de noticias relevantes y sintetizadas.
- Desea desarrollar habilidades en el entorno digital, para producir y difundir contenido periodístico.



MIEDOS Y FRUSTRACIONES

- Inseguridad sobre cómo adaptar cada noticia en el entorno digital.
- Se siente abrumado por la cantidad de nuevas herramientas tecnológicas.
- Sensación de desconexión con los colegas que dominan el entorno digital.



COMPORTAMIENTO

- Participa en webinars y conferencias sobre periodismo digital.
- Sigue blogs sobre tendencias en periodismo y comunicación.
- Utiliza las redes sociales diariamente.

¿CÓMO PUEDE AYUDARLE LA PERIODISTA INTERESADA?

- Manejo de herramientas tecnológicas y digitales.
- Recopilar, investigar, producir y difundir contenido periodístico en el entorno online.
- Redactar noticias, reportajes y textos para medios audiovisuales.



HAZ CLIC AQUÍ → [linkedin.com/in/fatima-argueta-772b992a9](https://www.linkedin.com/in/fatima-argueta-772b992a9)

SELECCIÓN DE LOS CANALES DIGITALES

❖ INSTAGRAM

Instagram es una de las redes sociales más populares y también una de las mejores para crear una marca personal actualmente. Permite crear contenido de valor, añadiendo autenticidad en cada publicación y una multitud de formatos incluyendo textos, historias, fotografías, entre otros más, generar interacción con otros usuarios y lograr que el contenido se comparta.

❖ LINKEDIN

LinkedIn es una herramienta increíble para dar a conocer y promover la marca personal. Tener un buen perfil es un activo para impulsar el marketing y el desarrollo de la marca. Permite que las empresas visiten tu perfil, encuentres oportunidades laborales y posiciones tú marca profesionalmente.

PLAN DE CONTENIDOS

Redacción Digital	Reporteo	Branding	Venta
Top 10 tips esenciales para redactar un buen contenido en la web.	4 Consejos que debes tomar en cuenta para crear un reportaje periodístico.	Te cuento la historia de cómo una buena estrategia de branding mejoró mi carrera profesional.	¿Buscás redactora digital que maneje perfectamente el SEO? Haz clic en el enlace en mi bio.
7 Herramientas gratuitas para la redacción de textos.	¿Cómo hacer un reportaje periodístico? Te lo mostramos en 5 pasos.	7 Elementos esenciales para crear una marca sólida.	¿Estás interesad@ en una comunicadora creativa y apasionada por el mundo del reportaje? Contáctame.
¿Qué hace tan especial a la redacción digital? Te lo cuento a continuación.	Te cuento la importancia del reportaje periodístico en la comunicación.	14 Errores más comunes al crear una marca.	¿Necesitas que tus noticias aparezca en las primeras búsquedas de Google? Haz clic aquí.
¿Sabías qué?	Periodismo: ¿Qué nos deja el 2024?	¿Qué hace tan importante al branding en el 2024? Te lo cuento a continuación.	Hola, estoy en LinkedIn, ¡visita mi perfil!
3 Trucos de redacción para escribir una buena noticia en la web.	Piensas que no tienes tiempo para hacer un reportaje periodístico. Te muestro 7 tipos de reportajes cortos.	5 Elementos esenciales del branding que debes conocer.	¿Requieres de ayuda para crear un reportaje periodístico? Haz clic en mi biografía.
¿Estás cometiendo estos errores comunes cada vez que redactas en línea?	5 Tipos de leads que debes seguir para crear una entrada llamativa en tu reportaje.	6 Secretos para enamorar con el branding.	¿Buscás optimizar tu contenido en la web? Contacatme en el siguiente enlace.
5 consejos prácticos para redactar contenidos digitales.	¿Qué hace tan especial al reportaje periodístico? Te lo contamos a continuación.	¿Por qué saber de branding es más importante ahora que nunca?	Guía de redacción SEO. Descargala aquí
Guía práctica de redacción web para crear textos efectivos.	6 Sugerencias para encontrar una historia atractiva para tu reportaje.	Cómo una estrategia exitosa de branding me ayudó a alcanzar mi objetivo en 15 días.	Soy una periodista apasionada por el mundo de la redacción en línea. Sígueme para enterarte cómo logré posicionar mi contenido en la web.
Los 5 errores que debes evitar al crear contenido para la web.	Los 7 mejores programas de edición de videos para reportajes.	Los resultados sorprendentes de aplicar un buen branding para mi marca.	Regístrate hoy y lleva tu carrera de periodismo al siguiente nivel. →
7 reglas de oro para crear contenido de valor en redes sociales	6 Consejos para crear titulares efectivos para un reportaje.	8 Tipos de branding que me han funcionado y que tu empresa le conviene conocer.	Esta es una oportunidad para adquirir nuevo conocimiento. Obtén la habilidad para crear reportajes atractivos. Haz clic aquí.

EJEMPLOS DE CONTENIDOS



OCTUBRE 2024

	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun

ESTRATEGIA SEO

Redacción Digital	Reporteo	Branding	Venta
Noticias	Noticias	Marca	Servicios
Web	Investigación	Posicionamiento	Productos
Blogs	Periodismo	Estrategia	Contacto
Social Media	Vídeo	Publicidad	Mercado
Contenido de valor	Edición	Fidelización	Enlace

Comunicación en línea	Redes sociales	Social media	Visitas
Titular	Relevancia	Gestión de marca	Empleo
Periodismo	Canales	Marketing	Contenido
Actualidad	Audiencia	Identidad	Marketing digital
Información	Historia	Imagen	Clic

MEDICIÓN Y ANÁLISIS

- Aumentar las visitas en Instagram y LinkedIn en un 20% en dos meses, al incrementar la distribución de contenido, organizado en un plan de marketing.

INSTAGRAM:

- ✓ Clics en visitar la biografía.
- ✓ Followers.
- ✓ Tasa de crecimiento de seguidores.

LINKEDIN:

- ✓ Visualizaciones del perfil.
- ✓ Seguidores
- ✓ Alcance

- Alcanzar 25 seguidores en Instagram en los próximos 15 días.

INSTAGRAM:

- ✓ Engagement Rate.
- ✓ Número de seguidores.

✓ Follower Growth Rate.

- Aumentar el tráfico en Instagram y LinkedIn en un 10% ,duplicando la producción de contenidos en un mes, difundidos en cada red social.

INSTAGRAM:

✓ Alcance.

✓ Engagement.

✓ Engagement Rate.

LINKEDIN:

✓ Visualizaciones del perfil.

✓ Seguidores.

✓ Alcance.

- Agregar 25 nuevos contactos profesionales en LinkedIn cada mes durante los próximos 3 meses.

LINKEDIN:

✓ Engagement.

✓ Tasa de interacción.

✓ Brand Mentions.

CALENDARIO DE 1 AL 15 DE OCTUBRE IG Y LK

FECHA	HORARIO	TIPO DE CONTENIDO	PILAR	LINK
LUNES	9:00 AM	Carrusel	Redacción	https://drive.google.com/drive/folders/IV3UpS10Ohulu1WaxTWL42FXKkijYAaIR?usp=drive_link
	9:30 AM	Vídeo	Reportaje	https://drive.google.com/drive/folders/ITWJ2Py5Sn8CfAD4cJ-T5jy47Wxk6vG?usp=drive_link
MARTES	9:00 AM	Vídeo	Redacción	https://drive.google.com/drive/folders/IV3UpS10Ohulu1WaxTWL42FXKkijYAaIR?usp=drive_link
	9:30 AM	Vídeo	Reportaje	https://drive.google.com/drive/folders/ITWJ2Py5Sn8CfAD4cJ-T5jy47Wxk6vG?usp=drive_link
MIÉRCOLES	9:00 AM	Imagen	Redacción	https://drive.google.com/drive/folders/IV3UpS10Ohulu1WaxTWL42FXKkijYAaIR?usp=drive_link
	9:30 AM	Doc	Reportaje	https://drive.google.com/drive/folders/ITWJ2Py5Sn8CfAD4cJ-T5jy47Wxk6vG?usp=drive_link
JUEVES	9:00 AM	¿Sabías qué?	Redacción	https://drive.google.com/drive/folders/IV3UpS10Ohulu1WaxTWL42FXKkijYAaIR?usp=drive_link
	9:30 AM	Carrusel	Reportaje	https://drive.google.com/drive/folders/ITWJ2Py5Sn8CfAD4cJ-T5jy47Wxk6vG?usp=drive_link
VIERNES	9:00 AM	Carrusel	Redacción	https://drive.google.com/drive/folders/IV3UpS10Ohulu1WaxTWL42FXKkijYAaIR?usp=drive_link
	9:30 AM	Infografía	Reportaje	https://drive.google.com/drive/folders/ITWJ2Py5Sn8CfAD4cJ-T5jy47Wxk6vG?usp=drive_link

SÁBADO	10:00 AM	Imagen	Redacción	https://drive.google.com/drive/folders/IV3UpS10Ohulu1WaxTWL42FXKkijYAaIR?usp=drive_link
	10:30 AM	Imagen	Reportaje	https://drive.google.com/drive/folders/ITWJ2Py5Sn8CfAD4cJ-T5jy47Wxk6vG?usp=drive_link
DOMINGO	10:00 AM	Infografía	Redacción	https://drive.google.com/drive/folders/IV3UpS10Ohulu1WaxTWL42FXKkijYAaIR?usp=drive_link
	10:30 AM	Imagen	Reportaje	https://drive.google.com/drive/folders/ITWJ2Py5Sn8CfAD4cJ-T5jy47Wxk6vG?usp=drive_link
LUNES	9:00 AM	Doc	Redacción	https://drive.google.com/drive/folders/IV3UpS10Ohulu1WaxTWL42FXKkijYAaIR?usp=drive_link
	9:30 AM	Infografía	Reportaje	https://drive.google.com/drive/folders/ITWJ2Py5Sn8CfAD4cJ-T5jy47Wxk6vG?usp=drive_link
MARTES	9:00 AM	Reels	Redacción	https://drive.google.com/drive/folders/IV3UpS10Ohulu1WaxTWL42FXKkijYAaIR?usp=drive_link
	9:30 AM	Infografía	Reportaje	https://drive.google.com/drive/folders/ITWJ2Py5Sn8CfAD4cJ-T5jy47Wxk6vG?usp=drive_link
MIÉRCOLES	9:00 AM	Infografía	Redacción	https://drive.google.com/drive/folders/IV3UpS10Ohulu1WaxTWL42FXKkijYAaIR?usp=drive_link
	9:30 AM	Imagen	Reportaje	https://drive.google.com/drive/folders/ITWJ2Py5Sn8CfAD4cJ-T5jy47Wxk6vG?usp=drive_link

JUEVES	9:00 AM	Carrusel	Branding	https://drive.google.com/drive/folders/TV3UpS10OhuluIWaxTWL42FXXKjYAaIR?usp=drive_link
	9:30 AM	Imagen	Branding	https://drive.google.com/drive/folders/TV3UpS10OhuluIWaxTWL42FXXKjYAaIR?usp=drive_link
VIERNES	9:00 AM	Reels	Branding	https://drive.google.com/drive/folders/TV3UpS10OhuluIWaxTWL42FXXKjYAaIR?usp=drive_link
	9:30 AM	Imagen	Branding	https://drive.google.com/drive/folders/TV3UpS10OhuluIWaxTWL42FXXKjYAaIR?usp=drive_link
SÁBADO	10:00 AM	Carrusel	Branding	https://drive.google.com/drive/folders/TV3UpS10OhuluIWaxTWL42FXXKjYAaIR?usp=drive_link
	10:30 AM	Imagen	Branding	https://drive.google.com/drive/folders/TV3UpS10OhuluIWaxTWL42FXXKjYAaIR?usp=drive_link
DOMINGO	10:00 AM	Imagen	Branding	https://drive.google.com/drive/folders/TV3UpS10OhuluIWaxTWL42FXXKjYAaIR?usp=drive_link
	10:30 AM	Imagen	Venta	https://drive.google.com/drive/folders/TV3UpS10OhuluIWaxTWL42FXXKjYAaIR?usp=drive_link
LUNES	9:00 AM	Infografía	Branding	https://drive.google.com/drive/folders/TV3UpS10OhuluIWaxTWL42FXXKjYAaIR?usp=drive_link
	9:30 AM	Imagen	Venta	https://drive.google.com/drive/folders/TV3UpS10OhuluIWaxTWL42FXXKjYAaIR?usp=drive_link

FECHA	RED SOCIAL	COPY	FECHA	RED SOCIAL	COPY
LUNES	INSTAGRAM	<p>#TiposEenciales para redactar un buen #Contenido en la #Web. 📄 La #RedacciónDeContenido en la #web desempeña un papel fundamental en el éxito de un sitio. Aquí tienes algunos consejos claves para crear un contenido efectivo. 📄 ¿Cuál es el tip que más usas? 👉 Sígueme para más información.</p>	LUNES	LINKEDIN	<p>¡Atención, futuros periodistas y cazadores de noticias! Aquí van 4 consejos que debes considerar para practicar el arte del reportaje periodístico. 📄 👉 ¡Te invito a poner en práctica estos consejos y te conviertas en el maestro del reportaje! 📄 ¡Buena suerte! 🍀 y que el periodismo te acompañe! 📄 #ConsejosDePeriodismo Fatima Argueta.</p>
MARTES	INSTAGRAM	<p>La #Redacción efectiva requiere el uso de herramientas que faciliten el proceso. Aquí tienes una lista de #herramientasgratuitas que te ayudarán a mejorar tus habilidades de redacción. 📄 Te brindarán el soporte necesario para garantizar la calidad de tus textos. 📄 ¿Has utilizado alguna? 📄 👉 Comenta abajo cual.</p>	MARTES	LINKEDIN	<p>📄 ¿Cómo hacer un #reportajeperiodístico? Te lo mostramos en 5 pasos 📄 Recuerda, un buen reportaje no solo informa, sino que también inspira y provoca reflexión. 📄 👉 ¡Móstranos o lo obra y a contar historias que inspiran! #Periodismo #Reportaje #Comunicación Fatima Argueta.</p>
MIÉRCOLES	INSTAGRAM	<p>#Descubre por qué la #RedacciónDigital es tan especial. La redacción digital es mucho más que simplemente escribir palabras en una pantalla. Es la capacidad de comunicarse de manera efectiva en un mundo cada vez más digitalizado y conectado. ¿Ya lo sabías? 📄 👉 Guarda esta información.</p>	MIÉRCOLES	LINKEDIN	<p>📄 ¿Por qué es crucial el #reportajeperiodístico en la #comunicación? 📄 #ReportajePeriodístico es mucho más que solo un artículo; es una poderosa herramienta que nos permite explorar y entender la complejidad del mundo que nos rodea. 📄 A través de investigaciones profundas, entrevistas y análisis, los reportajes nos ofrecen una visión detallada de los hechos, permitiéndonos formular opiniones fundamentadas. 📄 👉 Haz clic en el siguiente enlace. #Periodismo #Reportaje #Comunicación #Información #Educación #Impulsa #CambiosSocial Fatima Argueta.</p>

JUEVES	INSTAGRAM	<p>La #RedacciónDigital es una habilidad fundamental en la #EraDigital en la que vivimos. Dominar esta habilidad te permitirá destacar en el entorno digital competitivo de hoy en día 📱</p> <p>¿Has redactado para la web? Comenta abajo</p> <p>👉Sígueme para más información.</p>	JUEVES	LINKEDIN	<p>Lo que nos deja el #periodismo en 2024: una reflexión preocupante 🤔</p> <p>En un mundo donde la información se consume a la velocidad de la luz, el periodismo enfrenta retos que dejan una huella profunda en nuestra sociedad 🌐</p> <p>¿Qué está pasando con la verdad? En 2024, nos encontramos atrapados entre la desinformación, los #falsos y las #redesociales que amplifican el ruido en lugar de la realidad 🗣️</p> <p>(Defendamos el periodismo 📰 que nos una y nos informa de manera honesta 🗞️)</p> <p>#Periodismo2024</p> <p>👉Sígueme para más información.</p> <p>Fátima Argueta</p>
VIERNES	INSTAGRAM	<p>#Escribir una #noticia #impactante y efectiva en la #web 📄 es vital para captar la atención de los lectores en el entorno digital.</p> <p>#Descubre 3 Trucos de #Redacción para escribir una buena noticia en la #Web. 📝</p> <p>¿Ya has utilizado alguno? 🤔</p> <p>👉Guarda estos trucos.</p>	VIERNES	LINKEDIN	<p>¡Hola, amantes del #periodismo! Hoy quiero compartir con ustedes los 7 tipos de #reportajes cortos que son esenciales para todo buen #Comunicador. 📰</p> <p>Experimenta con estos formatos y encuentra el que mejor se adapte a tu estilo! Recuerda que contar historias es una de las mejores formas de conectar con tu audiencia.</p> <p>¿Cuál de estos tipos de reportajes te gustaría probar primero? 🤔</p> <p>#Reportajes #Periodismo #ContentCreation #Storytelling #Comunicacion #RedesSociales</p>
SÁBADO	INSTAGRAM	<p>#Errores comunes que cometemos al redactar en #linea 📄 No te preocupes, ¡todos hemos estado ahí! Lo importante es aprender.</p> <p>Aquí te dejo algunos tips para mejorar tu escritura y brillar en el mundo digital. 📝</p> <p>👉Sígueme para más contenido interesante. 📄</p>	SÁBADO	LINKEDIN	<p>Si quieres que tu entrada destaque y atrape la atención de tus lectores desde el primer momento, aquí te presento los 5 tipos de leads que debes seguir al pie de la letra. 📄</p> <p>Recuerda, la clave está en conectar con tu lector desde el comienzo. Usa estos leads para crear un reportaje que no solo informe, sino que también inspire y emocione. 📰</p> <p>(Comparte tus ideas y formatos favoritos en los comentarios) 🗣️</p> <p>#PeriodismoCreativo</p> <p>#Periodismo</p> <p>Fátima Argueta</p>

DOMINGO	INSTAGRAM	<p>⚠️ ¡Atención #CreadoresDeContenido! ⚠️</p> <p>¿Quieres elevar tu escritura digital al próximo nivel? 📄 Aquí van 5 consejos prácticos que NO puedes ignorar. ¡No dejes que tu contenido se pierda en el ciberespacio! Comienza a aplicar estos consejos AHORA y verás la diferencia. 📝</p> <p>👉 #Copywriting #ContenidoDigital #TextosEfectivos</p> <p>👉Guarda estos consejos. 📄</p>	DOMINGO	LINKEDIN	<p>¡Hola, amantes del buen #periodismo! Hoy quiero hablarles de algo que a todos nos apasiona: ¡el reportaje periodístico! 📰</p> <p>¿Qué hace tan especial al reportaje? 🤔 Es mucho más que solo informar, es una ventana a la verdad, un relato que nos conecta con historias humanas y nos invita a reflexionar sobre nuestro entorno. 🌍</p> <p>👉 En primer lugar, a diferencia de las noticias breves, los reportajes se surgen en los detalles, nos cuentan el "cómo" y el "por qué", y nos permiten entender contextos complejos.</p> <p>👉 En segundo lugar, los reportajes van más allá de los hechos, buscan las historias de quienes los viven, añaden una perspectiva única y valiosa. 📄</p> <p>👉 Y, por último, un buen reportaje puede generar conciencia, inspirar cambios y abrir debates. 🗣️</p> <p>Así que la próxima vez que leas un reportaje, recuerda que no solo estás consumiendo información, estás conectando con historias, emociones y realidades que merecen ser escuchadas. 🗣️</p> <p>#Periodismo #Storytelling #HistoriasQueInspiran</p> <p>Fátima Argueta</p>
LUNES	INSTAGRAM	<p>¿Te cuesta redactar #textos que realmente capten la atención de tu audiencia? 📄 ¡No te preocupes! Tenemos la solución perfecta para ti.</p> <p>Presentamos nuestro #CursoDeRedacciónWeb para empezar a crear textos efectivos 📄</p> <p>¿Por qué esperar? Cada segundo cuenta en el mundo digital, y es hora de que tus palabras brillen.</p> <p>👉 Haz clic en el siguiente enlace.</p>	LUNES	LINKEDIN	<p>Si eres periodista o simplemente un apasionado de contar historias, sabes que el éxito de tu reportaje depende, en gran medida, de la narrativa que elijas. Aquí te dejo 4 sugerencias clave para encontrar ese ángulo atractivo que cautivará a tus lectores.</p> <p>No dudes en experimentar y ¡ho! que tu reportaje sea memorable! 📰</p> <p>Visita mi perfil para más contenido.</p> <p>#Periodismo #Narrativa #Historias</p> <p>#Reportajes</p> <p>Fátima Argueta</p>
MARTES	INSTAGRAM	<p>🚫 ¡Cuidado! 5 Errores que Debes Evitar al Crear Contenido para la Web 🚫</p> <p>Si estás cansado de que tu contenido pase desapercibido en la inmensidad de la web, es hora de que hablemos de los errores que te están frenando.</p> <p>🔴 Aquí te dejo los 5 pecados capitales que debes evitar a toda costa.</p> <p>¿Cuál de estos errores has cometido alguna vez? 🤔</p> <p>¡Cuéntamelo en los comentarios! 🗣️</p> <p>📄 #ContentMarketing</p> <p>#ErroresComunes</p>	MARTES	LINKEDIN	<p>¡Hola, hoy les traigo algo especial: los 7 mejores programas de edición de videos para llevar sus reportajes al siguiente nivel! 📄</p> <p>La edición de video 📹 es esencial para la #RedacciónDeContenidoDigital. Un video bien editado puede transmitir mejor el mensaje, conservar la atención de los espectadores y, en última instancia, maximizar el impacto de tu contenido visual.</p> <p>(Prepárate para impresionar a tu audiencia) 📰</p> <p>👉 Sígueme para más contenido como este.</p> <p>Fátima Argueta</p>

MIÉRCOLES	INSTAGRAM	<p>🔗 Conoce 7 Reglas de Oro para Crear #ContenidoDeValor en #RedesSociales** 📌</p> <p>Recuerda que la clave para el éxito en redes sociales es la consistencia y el enfoque en aportar valor. 📌 Píntame en acción y comienza a aplicar estos reglitos hoy mismo! 📌</p> <p>📌 Sígueme para más contenido. #ContentMarketing #RedesSociales</p>	MIÉRCOLES	LINKEDIN	<p>¡Hola, comunidad! Hoy les traigo 6 consejos para crear titulares efectivos para sus reportajes que dejarán a todos con ganas de leer más! 📌</p> <p>Un buen titular es la puerta de entrada a tus lecturas. ¡Practica y diviértete creando! 📌</p> <p>¿Cuál de estos consejos aplicarás en tu próximo reportaje? 📌</p> <p>¡Cuéntame en los comentarios! 📌</p> <p>Fátima Argueta</p>
JUEVES	INSTAGRAM	<p>Si estás construyendo tu marca, hay cinco elementos claves que NO puedes pasar por alto. ¡Así que toma nota! 📌</p> <p>Recuerda, el #branding no es solo un logo, es la percepción que la gente tiene de tu empresa. 📌 Empezar a trabajar en estos elementos te acercará un paso más a construir una marca poderosa y duradera. ¿Qué elemento del branding consideras más importante? 📌</p> <p>¡Cuéntanos en los comentarios! 📌</p> <p>#Branding #MarketingDigital</p>	JUEVES	LINKEDIN	<p>📌 Construye una Marca Sólida 📌</p> <p>¿Quieres que tu marca destaque en un mar de competencia? Aquí te dejo 7 elementos esenciales para crear una marca que perdure y resuene con tu audiencia. 📌</p> <p>Recuerda, una marca sólida no se construye de la noche a la mañana. ¡Tómate tiempo y esfuerzo, y verás cómo tu marca brilla con luz propia! 📌</p> <p>📌 Visítame en perfil. 📌</p> <p>📌 #MarcaSólida #Branding #Marketing</p> <p>Fátima Argueta</p>
VIERNES	INSTAGRAM	<p>#Descubre los 6 #Secretos para Enamorar con tu #Branding 📌</p> <p>¿Listos para transformar su marca en un auténtico ímán de enamorados? 📌 Aquí van nuestros secretos mejor guardados para hacer que tu branding sea irresistible. 📌</p> <p>¿Cuál de estos secretos aplicarás primero en tu estrategia? 📌</p> <p>¡Déjanos saber en los comentarios! 📌</p> <p>#Branding #Marketing #Emprendedores #Estrategia #Enamoramiento #MundoCreativo</p>	VIERNES	LINKEDIN	<p>¡Hola, comunidad! 📌 Hoy quiero compartir una experiencia que cambió por completo mi perspectiva sobre el poder del branding. 📌</p> <p>Hace más de 10 días, me encontraba en un punto en el que sentía que mis sueños estaban a la espera de ser realizados. 📌</p> <p>📌 Tenía mis ideas claras, pero no sabía cómo comunicar mi esencia ni conectar con mi audiencia. Fue entonces cuando decidí invertir en una estrategia de branding sólida. 📌</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definí mi propósito. Reflexioné sobre lo que realmente quiero transmitir y el impacto que deseo causar. 📌 2. Conocí a mi audiencia. Entendí a quién me dirigía y qué me decía. 📌 3. Aprendí a escuchar y adaptarme a sus necesidades. 📌 4. Creé contenido relevante. Compartí historias y valores que resonaban con mi comunidad. 📌 5. En solo 10 días, logré alcanzar mis objetivos. 📌 <p>¡Recibí una ola de interacciones, seguidores y lo más importante, conexiones auténticas! 📌</p> <p>¿Listos para dar el siguiente paso en su viaje? 📌</p> <p>¡Cuéntanos en los comentarios! 📌</p> <p>📌 #Branding #Marketing #Estrategia #Marketing #Inspiración</p> <p>Fátima Argueta</p>
SÁBADO	INSTAGRAM	<p>📌 Si estás pensando en crear una #marca, no te pierdas esto! 📌 Aquí exploraremos los #ErroresMásComunes que debes evitar al crear una marca que podría estar compitiendo y que ¡pueden costarte caro! 📌</p> <p>📌 Evita caer en estos errores y construye una marca fuerte y auténtica. ¡El momento de actuar es AHORA! 📌</p> <p>¿Tienes alguno en mente? 📌</p> <p>¡Cuéntame en los comentarios! 📌</p> <p>#MarcaPersonal #ErroresComunes</p>	SÁBADO	LINKEDIN	<p>En un mundo donde la atención es el nuevo oro, tu marca necesita "brillar" más que nunca. 📌 Pero, ¿por qué el branding es crucial en este momento? Aquí te dejo 3 razones que no puedes ignorar: 📌</p> <p>📌 Tu marca tiene un potencial inmenso. #Branding #CrecimientoSostenible</p> <p>📌 Construye tu #Marca</p> <p>¡Comparte si estás listo para llevar tu branding al siguiente nivel! 📌</p> <p>Fátima Argueta</p>
DOMINGO	INSTAGRAM	<p>Hoy quiero compartir con ustedes 8 tipos de #branding que, ¡sea o no, han funcionado para mí y que tu empresa podría aprovechar al máximo. 📌</p> <p>📌 Recuerda que el branding no es solo un diseño, es una experiencia que empieza a darle forma a la historia de tu marca. 📌</p> <p>¿Cuál de estos tipos de branding te gusta más? 📌</p> <p>¡Déjame tus comentarios! 📌</p> <p>#Branding #Marketing</p>	DOMINGO	LINKEDIN	<p>Soy una profesional en #periodismo, con experiencia en #redacción digital 📌 y manejo de #redes sociales 📌. Me distingo por mi liderazgo, trabajo en equipo, proactividad, empatía y creatividad para resolver problemas. 📌</p> <p>📌 Mi experiencia en distintos rubros me ha permitido formarme como una persona enfocada a resultados, habituada a trabajar por objetivos y con altos niveles de exigencia. Así mismo, mi experiencia me ha facilitado adaptarme con facilidad a cualquier circunstancia. 📌</p> <p>Fátima Argueta</p>
LUNES	INSTAGRAM	<p>📌 ¡Descubre el poder del buen branding! 📌</p> <p>¿Sabías que una estrategia de branding bien ejecutada puede transformar por completo la percepción de tu marca? 📌</p> <p>¡Aquí te comparto algunos resultados sorprendentes que he experimentado! 📌</p> <p>¡Tu marca y tus clientes lo agradecerán! 📌</p> <p>📌 Sígueme para más contenido. 📌</p>	LUNES	LINKEDIN	<p>Como periodista profesional, me especializo en dar voz a quienes no la tienen, investigar a fondo y escribir en el poder de la palabra. Con cada artículo y cada reportaje, mi misión es sumarle las realidades ocultas y las voces auténticas. 📌</p> <p>📌 Mis Servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Redacción y edición de artículos impactantes: Transformo ideas en textos que capturan y generan conversación. - Reportajes a fondo: Investigo y narro historias que impactan, desafiando el statu quo que tenemos. - Al trabajar juntos, no solo creamos contenido, creamos conexiones, generamos impacto y damos forma al futuro. Tu mensaje necesita ser escuchado, y estoy aquí para ayudarte a que así suceda. <p>¿Listo para contar tu historia? 📌</p> <p>¡Contáctame y hagamos que el mundo escuche! 📌</p> <p>📌 #Periodismo #Escucha</p> <p>Fátima Argueta</p>

ANEXOS

PIEZAS GRÁFICAS INSTAGRAM

1.

TOP 10

TIPS ESENCIALES PARA REDACTAR UN BUEN CONTENIDO EN LA WEB

- 1 CREA UNA ESTRUCTURA SENCILLA Y CLARA.**
El truco está en organizar el contenido. Agrupa todas las ideas que te surjan de manera espontánea. Después selecciónalas y sepáralas en principales y secundarias. Una vez estructuradas, empieza a desarrollarlas.
- 2 DOCUMENTATE Y ESCRIBE PARA TU AUDIENCIA.**
Date tiempo para conocer a tu audiencia, saber qué temas le interesan, cómo interactúan contigo y luego ofreceles un contenido de valor, que no encuentren fácilmente en otro lugar.
- 3 NO DES NADA POR ENTENDIDO.**
Ponle en el lugar de tus lectores, lo que para ti resulta obvio puede que para tu audiencia no lo sea.
- 4 EXPERIMENTA Y ENRIQUECE TUS REDACCIONES.**
Prueba formatos nuevos y estructuras diferentes cada vez que inicies uno nuevo. Aprovecha para incluir elementos visuales y utiliza ejemplos que potencien tu argumento.
- 5 DESTACA LAS IDEAS PRINCIPALES DEL CONTENIDO.**
Utiliza los primeros párrafos para incluir los datos principales y abrir el interés del lector. A lo largo del texto estructuralo en apartados respaldados por sustitutos o ejemplos para aumentar la legibilidad y facilitar la lectura.
- 6 ESCRIBE UNA CONCLUSIÓN.**
Cuando acabes de redactar tu post, haz una valoración de lo que has escrito. Incluye algún consejo práctico y amito tu opinión recapitulando las ideas principales.
- 7 CORRIGE LA GRAMÁTICA Y LA ORTOGRAFÍA.**
Un testatillero de frases sin sentido y con fallos de ortografía hace que, en muchas ocasiones, las personas dejemos de leer el texto que tenemos delante.
- 8 NO TEMAS ESCRIBIR TEXTOS LARGOS.**
La creencia es que un texto de hasta 1600 palabras tiene una tasa de lectura más alta, sin embargo, un texto más largo, bien documentado y con información de valor, hace que la audiencia se quede más tiempo en tu página y esto te posicionará mejor en los buscadores.
- 9 INCLUYE PREGUNTA LLAMADAS DE ATENCIÓN.**
A lo largo del texto y al final de párrafo puedes lanzar preguntas a tus lectores para incorporar un diálogo con ellos.
- 10 LE TU REDACCIÓN EN VOZ ALTA.**
Incluso es interesante que alguien lo pueda leer y darte su opinión antes de publicarlo. Así, verás si tu texto tiene sentido, eres claro expresando tus argumentos o necesitas mejorar algún apartado.

2.

7 HERRAMIENTAS GRATUITAS PARA LA REDACCIÓN DE TEXTOS

3.

¿Qué hace tan especial a la Redacción Digital?

La redacción digital como herramienta te enseña a escribir para Internet, bien sea para una marca personal, con fines comerciales, informativos, educativos o de entretenimiento.

Es una manera creativa de escribir que despierta del público objetivo, la motivación y el tipo de canal. Sirve para dar valor a los contenidos digitales con la finalidad de:

- ✓ Informar.
- ✓ Comunicar.
- ✓ Promocionar.
- ✓ Atraer.
- ✓ Posicionar.

✓ Crear tendencia o aprovecharlas para generar contenidos.

✓ Dar respuesta a la demanda de contenidos en distintos formatos.

4.



5.

NO COMETAS ESTOS ERRORES AL REDACTAR EN LÍNEA

<p>1 Mala interpretación del título = alejarse del objetivo de la idea.</p> <p>3 Falta de organización de las ideas.</p> <p>5 Ausencia de CTA.</p>	<p>2 Introducciones genéricas y poco atractivas.</p> <p>4 Uso inadecuado de las palabras claves.</p> <p>6 Falta de revisión de los textos.</p>
---	---

6.

5 CONSEJOS PRÁCTICOS PARA REDACTAR CONTENIDOS DIGITALES

- 1** **ESCRIBA UN TÍTULO LLENADOR**

El título es la puerta de entrada al contenido: se encarga de sugerir, enganchar y posicionarse las palabras claves en los motores de búsqueda. Por eso, el título debe ser corto, claro, explícito y contundente.


- 2** **ORGANICE Y DIVIDA EL CONTENIDO**


Utilice enumeraciones en forma de lista, viñetas, palabras o frases claves, divida párrafos largos y agregue espacios en blanco. Esto ayudará a organizar el contenido y a que el usuario encuentre rápido lo que busca.


- 3** **REDACTE UN TEXTO FÁCIL DE LEER**


Escriba párrafos cortos, de máximo cuatro líneas. Redacte frases breves, divididas en dos si el contenido queda más claro de esa forma. Respirote el punto y coma por una pausa, y haga de las comas. Elimine palabras o frases innecesarias que no aporten información nueva o útil.


- 4** **CONVERSE CON SU LECTOR IDEAL**

Redacte contenido conversacional. Use frases y palabras que su lector ideal pueda estar buscando. Utilice pronombres para dirigirse a él (él, usted) o sea específico. Híngase en sus zapatos. Digite al comienzo de cada párrafo de qué le va a hablar. Sin rodeos, directo al grano.


- 5** **EVITE VICIOS DEL LENGUAJE**

Las frases que se pueden interpretar de dos formas diferentes son un vicio del lenguaje. Así que lee sus enunciados dos veces antes de publicarlos, pues el doble sentido puede distraer y confundir al lector.



7.

3 TRUCOS →
de redacción para escribir una buena noticia en la web.

1
Centra la atención desde el primer párrafo
El lead tiene que funcionar como un trailer de cine: presentar a una persona frente a un conflicto, o a un grupo de personas ante un enigma.
El primer párrafo es el anzuelo de la noticia. Las primeras líneas del texto deben exponer el núcleo de la información y recoger la esencia del titular.

2
Detecta lo importante e incluye lo esencial
Cada información tiene que ser unitaria, es decir, tiene que componer un todo con sentido. Y para ello es necesario detectar lo más importante de los hechos que vamos a narrar e incluir en el texto los elementos esenciales para una comprensión total de la historia.

3
Relee como si no supieras nada de lo escrito
Es el último punto, pero fundamental. Revisa el texto al menos dos veces y usa el corrector de textos. Conviene leer el texto en voz alta y si se puede, dárselo a leer otra persona, así evitas errores y te aseguras de que el texto es comprensible y transmite con claridad tus ideas.

8.

REDACCIÓN DIGITAL

Guía para redactar en la web. DeGuía práctica de redacción web para crear textos efectivos, de cero a experto.

www.sitioincreible.com.ar

9.

Los 5 errores que debes evitar al crear contenido para la web.

- 1 No definir a tu público objetivo.**
Primer error. Es sumamente importante enfocar el contenido a las personas que realmente tienen el perfil.
- 2 No hacer SEO en tu contenido.**
El objetivo de un texto SEO es posicionarse entre los primeros resultados mostrados en Google.
- 3 Copiar contenido.**
Hay infinidad de información repetitiva en las redes sociales y el público está cansado de leer lo mismo siempre. Si el contenido no es original y se puede encontrar en otros fuentes, resultará irrelevante.
- 4 Falta de creatividad.**
No olvides que la originalidad de tus textos forma parte de tu ADN y resulta vital para que el público te entienda.
- 5 No optimizar tu contenido.**
De una forma parecida a la de los ensayos tradicionales, si queremos escribir sobre un tema debemos usar solo palabras específicas que estén dentro de ese sector.

Importante!

10.

7 REGLAS DE ORO PARA CREAR CONTENIDO DE VALOR EN REDES SOCIALES

- 1 ENLACAR CON URL'S ADECUADAS**
Es una repetición constante a través de las redes sociales. Pero, ¿cómo escribir un contenido que sea atractivo? Puedes generar un impacto. Escríbelo en un lenguaje que sea atractivo. Considera cómo quieres que se vea el contenido.
- 2 ESCRIBIR CONTENIDO DE ALTA CALIDAD**
Escribir es el más importante de los reglas de oro en redes sociales. Pero, ¿cómo escribir un contenido que sea atractivo? Puedes generar un impacto. Escríbelo en un lenguaje que sea atractivo. Considera cómo quieres que se vea el contenido.
- 3 MANTENER EL CONTENIDO ACTUALIZADO**
La información es un valor importante que va cambiando de tiempo en tiempo. Si el contenido no es actualizado, pronto se hace un contenido y contenido que se vuelve obsoleto.
- 4 PACIENCIA**
Escribir es el más importante de los reglas de oro en redes sociales. Pero, ¿cómo escribir un contenido que sea atractivo? Puedes generar un impacto. Escríbelo en un lenguaje que sea atractivo. Considera cómo quieres que se vea el contenido.
- 5 CONCENTRACIÓN EN LOS OBJETIVOS**
Escribir es el más importante de los reglas de oro en redes sociales. Pero, ¿cómo escribir un contenido que sea atractivo? Puedes generar un impacto. Escríbelo en un lenguaje que sea atractivo. Considera cómo quieres que se vea el contenido.
- 6 ESCRIBIR ACTIVA Y OBSERVACIÓN CONTINUA**
Escribir es el más importante de los reglas de oro en redes sociales. Pero, ¿cómo escribir un contenido que sea atractivo? Puedes generar un impacto. Escríbelo en un lenguaje que sea atractivo. Considera cómo quieres que se vea el contenido.
- 7 CUIDADO CON EL PLAGIO!**
Escribir es el más importante de los reglas de oro en redes sociales. Pero, ¿cómo escribir un contenido que sea atractivo? Puedes generar un impacto. Escríbelo en un lenguaje que sea atractivo. Considera cómo quieres que se vea el contenido.

11.



12.

6 SECRETOS PARA ENAMORAR CON EL BRANDING

- 1 Autenticidad**
Es clave en el branding. Sé fiel a la personalidad y los valores de tu marca, y no intentes ser algo que no eres.
- 2 Originalidad**
No tengas miedo de ser diferente y destacar entre la multitud. Encuentra un ángulo único para tu marca, y muéstralo de manera creativa e ingeniosa.
- 3 Provocación**
El branding también puede ser provocativo. No tengas miedo de desafiar las convenciones y las expectativas, siempre y cuando esté en línea con la personalidad y los valores de tu marca.
- 4 Diversión**
El humor es una herramienta poderosa en el branding. Busca maneras creativas y divertidas de mostrar tu producto o servicio, y haz que la gente se ría.
- 5 Emocional**
El branding también se trata de crear una conexión emocional con tus clientes. Investiga maneras de mostrar cómo tu producto o servicio puede mejorar la vida de las personas, y haz que se sientan parte de algo especial.
- 6 Coherencia**
Asegúrate de que todos los aspectos de tu marca – desde el logo hasta los anuncios – sean coherentes en términos de personalidad y valores. No confundas a la gente con mensajes mixtos o imágenes.

13.

14 ERRORES MÁS COMUNES AL CREAR UNA MARCA

- 1 NO DEFINIR UNA IDENTIDAD DE MARCA CLARA
- 2 IGNORAR LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO
- 3 NO CONOCER A TU AUDIENCIA OBJETIVO
- 4 COPIARSE DE LA COMPETENCIA
- 5 DESCUIDAR EL DISEÑO DEL LOGO Y LA IDENTIDAD VISUAL
- 6 FALTA DE CONSISTENCIA EN LA COMUNICACIÓN
- 7 IGNORAR LAS REDES SOCIALES
- 8 NO CONTAR UNA HISTORIA DE MARCA
- 9 NO ESTABLECER VALORES DE MARCA
- 10 IGNORAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE
- 11 NO MONITOREAR LA REPUTACIÓN DE LA MARCA
- 12 NO ADAPTARSE A LOS CAMBIOS DEL MERCADO
- 13 NO TENER UN PLAN ESTRATÉGICO A DISTINTOS PLAZOS
- 14 NO MEDIR LOS ESFUERZOS DE TU MARCA

MARCA PERSONAL

Sígueme para más contenido como este.

14.

8 TIPOS DE BRANDING

<p>BRANDING CORPORATIVO</p> <p>Se basa en la construcción de una marca que gira alrededor del concepto central que caracteriza a una organización con fines comerciales.</p>	<p>BRANDING DE PRODUCTO</p> <p>Esta clase de branding es muy común, sobre todo, en empresas que cuentan con un producto o una serie de artículos únicos en su segmento.</p>	<p>CO-BRANDING</p> <p>Esta práctica se denomina co-branding y nació en los años 80 cuando la marca de automóviles Renault decidió asociar una colaboración con la Joyería Van Cleef and Arpelo para crear un modelo de auto con joyas preciosas incrustadas.</p>
<p>BRANDING PERSONAL</p> <p>Se puede definir como la construcción de la imagen que tiene una audiencia en artículos sobre una persona, ya sea del mundo del espectáculo, de la política, del deporte, entre otros.</p>		<p>BRANDING SOCIAL</p> <p>Este enfoque se basa en las interacciones sociales para crear o construir una marca. El gran propósito de ello es establecer relaciones y conexiones reales y sostenibles en el tiempo entre los grupos de interés: los consumidores, los fans, etc. y la marca.</p>
<p>EMPLOYER BRANDING</p> <p>Se considera que es una estrategia para construir y mantener una imagen positiva de la organización en la mente de sus empleados.</p>	<p>DIGITAL BRANDING</p> <p>Es simplemente el momento natural que vive el branding tradicional por parte de las marcas de trabajo su imagen en espacios inmersivos donde los usuarios pasan gran parte de su tiempo.</p>	<p>BRANDING EMOCIONAL</p> <p>Se centra en la creación de estrategias de posicionamiento con el fin de establecer conexiones emocionales con la audiencia, para fortalecer el vínculo entre la compañía y sus clientes.</p>

15.

Branding para mi marca

- 1 **Reconocimiento Instantáneo:** Al tener una identidad visual coherente y atractiva, tus clientes te reconocen al instante. ¡Imagínate ser la primera opción en la mente de tus consumidores!
- 2 **Conexión Emocional:** Un buen branding crea lazos emocionales. Cuando las personas se identifican con tus valores, hechos que forman parte de tu historia. ¡Tus clientes se convierten en verdaderos embajadores de la marca!
- 3 **Incremento en Ventas:** Las marcas con un branding sólido tienden a destacar en un mercado saturado. ¡Eso se traduce en un aumento evidente de las ventas!
- 4 **Lealtad a Largo Plazo:** Los clientes que confían en una marca son más propensos a repetir su compra. ¡Con el buen branding, construyes relaciones duraderas!
- 5 **Diferenciación en el Mercado:** En un océano de opciones, un branding auténtico te ayudará a destacarte.

BRANDING

PIEZAS GRÁFICAS LINKEDIN:

1.



2.



3.



Es el género periodístico más completo: además de incluir otros –crónica, entrevista, noticia, es el género que de mejor manera permite conciliar realidad y creatividad, el apego a los hechos con la capacidad de imaginación, lo utilitario con lo estético.

El ámbito del reportaje se amplía. El periodista añade a su interés los acontecimientos individuales que son noticia, la importancia por los procesos y situaciones. Es necesaria una amplitud de miras, una visión más global de la realidad. Por ello, el ámbito del reportaje se extiende a las personas, las ideas, incluso los lugares. Prácticamente, de todo lo que ocurre se puede hacer un buen reportaje.



Además, los procesos de razonamiento también se amplían. La denotación típica de la noticia, es uno de ellos. Tiene naturalmente a lo objetivo: a lograr una correspondencia entre los hechos y su relato, entre la observación de la realidad y su reconstrucción mediante símbolos. La denotación es vital en el reportaje para transmitir información.

La diversidad de recursos expresivos es imprescindible en el reportaje. La narración y la exposición compiten entre sí como los más usuales, pero también se utilizan la descripción y el diálogo. Con la narración contamos cambios y movimientos, con la exposición, estados y situaciones.

El reportaje tiene el poder de informar y educar a la sociedad sobre temas relevantes y urgentes. Al presentar información detallada y bien fundamentada, puede generar conciencia y motivar a las personas a tomar acción o cambiar su perspectiva sobre determinados asuntos.

4.

PERIODISMO: ¿QUÉ NOS DEJA EL 2024?

Fatima Argueta

- 1 EL USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL CONTINUA CRECIENDO EXPONENCIALMENTE.
- 2 LA PÉRDIDA DE TRÁFICO DE FACEBOOK Y X (ANTES TWITTER) IMPACTÓ NEGATIVAMENTE EL TRÁFICO DE LOS SITIOS NOTICIOSOS Y OBLIGÓ A LOS MEDIOS A BUSCAR NUEVAS VÍAS DE DISTRIBUCIÓN.
- 3 LAS NUEVAS GENERACIONES CONTINUAN CONSUMIENDO NOTICIAS Y CONTENIDO GENERADO ARTIFICIALMENTE SIN RECONOCER LOS MEDIOS DE RÉCORD.
- 4 POLARIZACIÓN Y NECESIDAD DE CREAR PEZAS QUE MUESTREN TODOS LOS LADOS DE LA HISTORIA.
- 5 MÁS DEMANDAS Y CONTROVERSIAS POR ASUNTOS RELACIONADOS CON LA PROPIEDAD INTELECTUAL DE LOS MEDIOS.
- 6 MÁS ENFOQUE EN PRODUCCIONES DE VIDEO VERTICALES, PODCASTS Y REPORTAJES INVESTIGATIVOS.
- 7 LAS SUSCRIPCIONES, MEMBRÍAS Y BOLETINES ESPECIALIZADOS AYUDARON A RECUPERAR LOS INGRESOS PERDIDOS EN PUBLICIDAD.
- 8 GOOGLE Y BING CONTINUAN TOMANDO ACCIÓN PARA DESARROLLAR SOLUCIONES DE IA Y AMORTIGUAR LA PÉRDIDA DE TRÁFICO DE LOS BUSCADORES.
- 9 NUEVOS DISPOSITIVOS E INTERFACES Y LA INDUSTRIA SE MOVERÁ A INTEGRARSE A ESAS EXPERIENCIAS.
- 10 OPORTUNIDAD PARA OFRECER CONTENIDO IMPARCIAL PRESENTADO POR INVESTIGADORES Y PERIODISTAS PROFESIONALES.

5.

TIPOS DE REPORTAJES PERIODÍSTICOS

- 1. REPORTAJE FORMAL**
Es un tipo de reportaje periodístico donde la información se presenta de forma respetuosa y objetiva, sin incluir opiniones ni posturas.
- 2. REPORTAJE INVESTIGATIVO**
En primer lugar los reportajes tienen carácter investigativo; en segundo, el reportaje periodístico propiamente investigativo se refiere al resultado de una investigación donde el periodista debe buscar un rol distintivo para buscar con información veraz, relevante o sensible.
- 3. REPORTAJE CIENTÍFICO**
Es el tipo de reportaje que se enfoca en la novedad, en el se presentan los avances más recientes de secciones como la tecnología, salud, biología, innovación y otras áreas de interés para la audiencia.
- 4. REPORTAJE EXPLICATIVO**
En estos reportajes el comunicador social se enfoca en desarrollar un contenido netamente pedagógico. Incluye la mayor cantidad de detalles y explicaciones posibles en relación al tema que está desarrollando con el objetivo de educar a su público.
- 5. REPORTAJE INTERPRETATIVO**
El reportero tiene la oportunidad de presentar la información acompañada de su interpretación personal de los hechos o situaciones. A través de este medio de comunicación explica al lector su punto de vista partiendo de la información que obtiene.
- 6. REPORTAJE NARRATIVO**
Es el tipo de reportaje donde se amplían relatos y reconstrucciones narrativas para presentar la información a la audiencia.
- 7. REPORTAJE DESCRIPTIVO**
En los reportajes periodísticos cortos de carácter descriptivo el reportero elabora el desarrollo del tema proporcionando descripciones del objeto de interés.

¡Atención!

6.

5 TIPOS DE LEADS QUE DEBES SEGUIR PARA CREAR UNA ENTRADA LLAMATIVA EN TU REPORTAJE.

- 01 Lead del sumario, que utiliza las 5 W al estilo de la noticia.
- 02 Lead del golpe, comienza con un epigrama o una ironía.
- 03 Lead del contraste, consiste en exponer dos ideas opuestas para presentar el tema.
- 04 Lead de la pregunta, que inicia con una interrogante concerniente al tema.
- 05 Lead del telón de fondo, que consiste en enmarcar geográficamente un hecho o situar psicológicamente al personaje protagonista antes de entrar en la narración de los acontecimientos.

7.



8.



9.



10.



11.



12.



13.



14.



15.



BIBLIOGRAFÍA

- Bordonaro, A.(16 de junio de 2021). *WRIKE a citrix company*. Obtenido de <https://www.wrike.com/es/blog/como-crear-un-calendario-editorial/>
- Brenes, P.S. (20 de 05 de 2022). *Impetus*. Obtenido de <http://impetuscr.com/comunicación-digital/la-comunicación-en-la-era-digital/>