

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



TÍTULO:

ESTRATEGIA DE MARKETING DE MARCA PERSONAL DE: LESLIE HUEZO

PRESENTADO POR:

AÍDA LORENA ARGUETA MOLINA

CARNÉ:

(AM10051)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS
DIGITALES Y REDES SOCIALES PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADA 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, CENTROAMERICA, NOVIEMBRE
DEL 2024.**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
MAESTRO JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA
RECTOR

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFAN MATA
VICERRETORA ACÁDEMICA

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

LICENCIADO PEDRO ROSALIO 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 MARÍA CRUZ JURADO
VICEDECANA

MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA
SECRETARIA

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO
DE PERIODISMO
LICENCIADO EDIS EDGARDO MONGE
JEFE DEL DEPARTAMENTO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ
DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

AGRADECIMIENTOS

A Dios y a María Santísima por darme la fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados, mi título universitario. Por brindarme fortaleza en aquellos momentos de dificultad y debilidad.

A mi madre, Aída Elena Molina, Especial dedicatoria por su amor y sacrificio en todos estos años. Por creer en mí, por sus consejos, por su apoyo incondicional, por hacer de mis sueños los suyos propios. Por ser mi madre y padre a la vez. Me enaltece darle el orgullo que su hija menor sea licenciada en periodismo. Este logro es suyo.

A mi hijo, Benjamín Alejandro por ser el motor que me motivó a volver a la universidad y titularme. Por ser mi fuente de inspiración a ser mejor persona y a no rendirme. Por quien seguiré luchando en la vida. Este es uno de los muchos sueños que cumpliremos juntos.

A mis tíos, Edgard Monterrosa y Amadeo Molina, por ser como unos padres para mí, por todo el apoyo brindado a lo largo de mi vida, por siempre estar cuando los he necesitado. Este logro no se habría alcanzado sin ustedes.

A mis hermanos, Héctor Osorio y Cielo Molina, con quiénes comparto este éxito. Su presencia ha sido fundamental en cada paso del camino recorrido.

A las amistades que he forjado durante estos años de estudio y aportaron una enseñanza o dieron acompañamiento en esta aventura.

INDÍCE

Contenido

RESUMEN	5
INTRODUCCIÓN	6
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA.....	7
OBJETIVOS DE LA MARCA.....	9
ANÁLISIS FODA	10
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	11
BUYER PERSONA.....	16
SELECCIÓN DE CANALES DIGITALES	18
PLAN DE CONTENIDO	19
ESTRATEGIA SEO.....	19
MEDICIÓN DE KPI'S/OBJETIVOS.....	22
CALENDARIO DE CONTENIDOS	23
REFERENCIAS	37

Resumen

Este trabajo presenta una estrategia digital diseñada para posicionar la marca personal de Leslie Huevo en medios digitales, se utilizaron como base dos redes sociales clave: Facebook e Instagram. A lo largo del proceso, se exploraron y analizaron las herramientas de cada plataforma para la creación y difusión de contenido relevante y valioso. Este enfoque permitió identificar la situación actual de la marca personal de Leslie Huevo, mediante un análisis FODA, complementado con un estudio comparativo de otros perfiles, con el fin de trazar un plan de trabajo personalizado para cada red social. La estrategia también contempla la adaptación a los formatos específicos de cada plataforma y el tipo de audiencia objetivo. Además, se considera la importancia de medir métricas clave para evaluar el cumplimiento de los objetivos, permitiendo ajustes oportunos a la estrategia en caso de ser necesario, garantizando así una gestión efectiva. La estrategia de marketing de la marca personal de Leslie Huevo se enfoca en construir y consolidar una presencia sólida, auténtica y valiosa en el mercado digital, aprovechando su experiencia profesional y su capacidad para generar contenido deportivo relevante que resuene con su audiencia objetivo. A través de tácticas específicas de visibilidad y posicionamiento, la estrategia busca expandir su alcance, generar confianza y fortalecer su reputación como una líder de pensamiento en su campo.

***Palabras clave:** Marketing Digital, Estrategia digital, Posicionamiento, SEO; Red social, Fidelización de las audiencias, Marca personal, KPI'S.*

INTRODUCCIÓN

La comunicación ha experimentado profundas transformaciones de carácter social, y la humanidad se ha visto en la necesidad de adaptarse a nuevas formas de expresar y percibir ideas, tanto verbalmente como a través de gestos no verbales y emociones internas.

En la actualidad, los avances en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han roto las barreras tradicionales, permitiendo que las interacciones sociales se realicen desde la virtualidad, con un simple "clic" en un dispositivo electrónico.

Este proceso ha dado lugar a nuevas formas de expresión, afianzando una comunicación más diversa y accesible. Por lo tanto, en un entorno digital en constante evolución, donde la competencia es feroz y las tendencias cambian rápidamente, contar con una estrategia de marketing digital sólida es esencial para cualquier marca que busque destacar y conectarse de manera efectiva con su audiencia.

Este trabajo titulado “Estrategia de Marketing, marca personal de: Leslie Huevo” expone cómo la marca ha adaptado un modelo innovador en formato digital, alineado a las exigencias actuales del entorno digital y las TIC, buscando posicionarse de manera efectiva en el competitivo mundo del marketing digital. La presente estrategia tiene como objetivo no sólo aumentar la visibilidad de la marca personal de Leslie Huevo, sino también construir relaciones duraderas y auténticas con sus seguidores.

En este contexto, la estrategia de marketing digital para la marca personal de Leslie Huevo busca aprovechar las plataformas online y las tecnologías disponibles para amplificar su voz, conectar de manera genuina con su audiencia y posicionarla como una referente en el periodismo deportivo.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

Hoy en día, las redes sociales son esenciales en muchos aspectos de la vida, ya que, permiten a las personas comunicarse fácilmente y promocionar productos y servicios a través de sus perfiles sin mayores complicaciones.

Ante esta realidad, surge la marca personal de "Leslie Huevo", con el objetivo de posicionarse en el mundo digital a través de la creación de contenido informativo e interactivo relacionado al periodismo deportivo.

Actualmente el posicionamiento de la marca personal de Leslie Huevo en plataformas como Instagram y LinkedIn es aún limitado, debido a que los perfiles fueron creados recientemente y aún no cuentan con una audiencia establecida ni una base sólida de seguidores.

En cuanto a la imagen de la marca, si bien la marca personal de "Leslie Huevo" tiene una propuesta de valor clara y original, aún no ha logrado diferenciarse completamente en un mercado saturado de creadores similares.

Esto podría deberse a la falta de una estrategia de marketing digital coherente que incluya la promoción cruzada, la colaboración con otros creadores de contenido o marcas, y el uso de herramientas de análisis para ajustar y mejorar su contenido en función de las métricas de rendimiento.

Aunque la marca personal de Leslie Huevo ha comenzado a establecer su presencia digital, aún enfrenta desafíos en cuanto a crecimiento de audiencia, interacción y posicionamiento en su nicho, lo que requeriría una estrategia más enfocada en la expansión y consolidación de su marca personal.

Asimismo, no cuenta aún con un logo de marca establecido y posee nula interacción ni cuenta con seguidores en sus perfiles de Instagram y LinkedIn.

Perfiles actuales de la marca personal de Leslie Huevo en LinkedIn e Instagram.



Leslie Huevo
--
Universidad Nacional de El Salvador
San Salvador, El Salvador

[Conectar](#) [Enviar mensaje](#)

Educación

 **Universidad Nacional de El Salvador**
Licenciatura en Periodismo · Estudios sobre comunicación y medios
2019 - 2023

Aptitudes

Comunicación asertiva · Trabajo en equipo



[<](#) **__stephany_m** [...](#)

 0 publicaciones 0 seguidores 0 seguidos

Stephany Mena
•Locutora radial
•Experta en comunicación corporativa
•Community Manager y Creadora de contenido.
 

[Ver traducción](#)

www.linkedin.com/in/leslie-huevo-83b68...

[Seguir](#) [Mensaje](#)


La Velada 4

Historia de la marca

Leslie Stephany Huevo es una periodista salvadoreña de 24 años quien busca establecer su marca personal como creadora de contenido deportivo, para darse a conocer tanto en el ámbito laboral como en el digital.

La idea de crear su propia marca personal surgió en el año 2023, sin embargo, no había contado con la orientación adecuada para poder dar marcha a su objetivo, hasta que finalmente se materializó la estrategia de marketing para su marca personal: “Leslie Huevo”.

OBJETIVOS DE LA MARCA

Objetivos generales:

1. Posicionar a la marca personal de Leslie Huevo en los motores de búsqueda en lo relacionado al mundo deportivo nacional e internacional.
2. Incrementar el número de seguidores en todas las redes sociales de la marca.
3. Crear contenido estratégico para cada red social.

Objetivos específicos.

1. Enfatizar la comunicación y conexión con los seguidores.
2. Establecer una ventaja competitiva sostenible.
3. Aumentar el conocimiento de la marca personal.
4. Incrementar el número de redes sociales para obtener mayor alcance.
5. Mantener interesados a los seguidores a través de la creación de contenido de valor.
6. Investigación constante en cuanto al tema deportivo para crear contenido actual e interesante para el público.

ANÁLISIS FODA

A continuación, se explorarán las fortalezas, oportunidades y debilidades de la marca personal “Leslie Huezo”.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENZAS
<p>Capacidad para crear contenido de calidad y atractivo para la audiencia.</p> <p>Experiencia en el contenido de materiales audiovisuales.</p>	<p>Expandirse a nuevas audiencias creando perfiles en otras redes sociales como Facebook.</p> <p>Crear contenido de valor en redes sociales para que conozcan y se identifiquen con la marca.</p>	<p>No cuenta con una comunidad en redes sociales.</p> <p>Falta de organización en el ámbito de la publicidad.</p> <p>Falta de equipo técnico y de edición para la elaboración de materiales.</p>	<p>Fuerte competencia en el área de la creación de contenido deportivo en donde la marca desea imponerse.</p>

Luego de haber planteado cada uno de estos puntos en el FODA, se puede valorar que la marca personal de Leslie Huezo, cuenta con los suficientes recursos para poder convertirse en creadora de contenido deportivo y cumplir con los objetivos planteados en esta estrategia de marketing digital.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

1. Carolina Ruíz/ @lacarolinaruiz1

- Periodista, presentadora y comentarista deportiva de Tigo Sport Studio y Tigo Sport Noticias.
- Realiza publicaciones diarias en su Instagram, el cual tiene vinculado a su cuenta de Facebook. Sin embargo, esta competencia no posee perfil de LinkedIn.
- Actualmente cuenta con más de 80 mil seguidores en su cuenta de Instagram, sin embargo, en su perfil de Facebook posee solamente 300 amigos.
- Sus likes en Instagram rondan entre 700 y mil.
- No cuenta con una línea gráfica definida.



2. Zully Rodríguez/ @zullyrodriguez

- ✚ Licenciada en comunicaciones, comunicadora deportiva y presentadora del programa “Pizzarón deportivo” de canal 12.
- ✚ Cuenta con 89 mil seguidores en su perfil de Instagram.
- ✚ Mantiene publicaciones diarias.
- ✚ No tiene un logo o línea gráfica definida.
- ✚ Sus interacciones rondan entre 5 mil y 8 mil likes.
- ✚ Posee más de 3 mil publicaciones en su cuenta de Instagram.
- ✚ La red social que más utiliza para interactuar con seguidores es Instagram.
- ✚ Utiliza Facebook para un uso más personal.



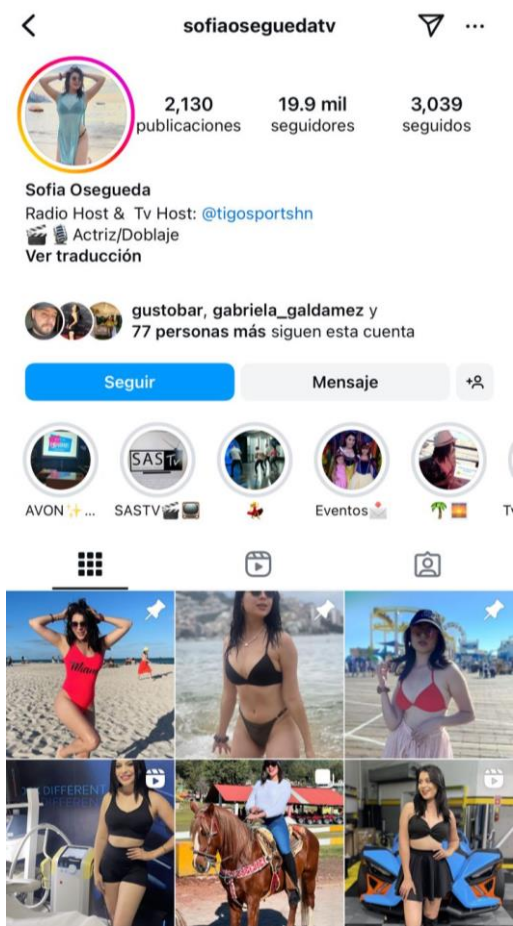
3. Nelson Hernández/ @nhvaldes

- ✚ Periodista de profesión y comentarista deportivo del programa “La Polémica” del canal 4.
- ✚ Cuenta con 15 mil seguidores en su cuenta de Instagram.
- ✚ No maneja perfil en Facebook ni LinkedIn
- ✚ Sus publicaciones no son diarias.
- ✚ Sus interacciones oscilan entre 300 y 500 likes por publicación.
- ✚ No cuenta con logo ni línea gráfica establecida.
- ✚ Hace mucho uso del carrusel de fotos.
- ✚ Sus publicaciones van encaminadas a su vida diaria que a contenido de valor en el ámbito deportivo.



4. Sofía Osegueda/ @sofiaoseguedatv

- ✚ Comunicadora y presentadora deportiva del programa “Tigo Sport Noticias”.
- ✚ Posee 19 mil seguidores en su perfil de Instagram.
- ✚ Cuenta con perfiles en las 3 redes sociales: Facebook, Instagram y LinkedIn.
- ✚ Se mantiene muy activa en sus redes sociales.
- ✚ Los likes que recibe por publicación rondan entre los 300 y mil.
- ✚ Tiene su cuenta de Instagram vinculada a la de Facebook.
- ✚ Ha realizado más de 2 mil publicaciones en su cuenta de Instagram.
- ✚ Utiliza SEO y Hashtags.



Análisis comparativo

COMPETENCIA	MARCA LESLIE HUEZO
Las cuatro competencias previamente descritas, cuentan con publicaciones diarias.	Nula publicación hasta la fecha en sus perfiles de Instagram y LinkedIn.
Las competencias utilizan fotos y materiales audiovisuales para atraer a la audiencia.	No tiene publicaciones con fotografías u otras herramientas que capten la atención del público.
Poseen actividad en la mayoría de las redes sociales y abarcan interacción con sus seguidores.	La marca personal de Leslie Huevo sólo posee dos perfiles en redes sociales. Nula interacción con seguidores.

Público objetivo

Conocer a fondo el público objetivo es esencial para desarrollar los mensajes que capten su atención.

- Hombres y mujeres entre 18 a 45 años, activos en redes sociales.
- Medios de comunicación y empresas que busquen periodistas y creadores de contenidos para futuras contrataciones.

BUYER PERSONA

Los buyer persona son representaciones ficticias que representan al cliente ideal de una marca. Estos perfiles se crean basándose en características psicológicas y comportamentales comunes, como la edad, el sexo, las costumbres y creencias, entre otros rasgos que definen a un consumidor típico.

En este contexto, la marca personal de “Leslie Huevo” ha creado tres buyer persona que representan a sus seguidores ideales, adaptando su estrategia de comunicación para satisfacer las necesidades específicas de cada perfil identificado.

🚩 Buyer persona 1



DESCRIPCIÓN DE LA PERSONA:

Laura es una directora de un medio de comunicación muy ocupada que lleva un ritmo de vida acelerado. Cree que la adquisición de habilidades, la colaboración y el trabajo duro son la clave del éxito.

CARACTERÍSTICAS PERSONALES:	AFICIONES E INTERESES:
<ul style="list-style-type: none"> Dispuesta a aprender Orientada a las soluciones 	<ul style="list-style-type: none"> Practicar fútbol. Ciclismo
<ul style="list-style-type: none"> Encontrar una aplicación o plataforma de aprendizaje fácil de usar Ampliar sus habilidades comunicacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> Nuevas y más apps complejas Falta de apps de aprendizaje disponibles y actualizadas
<ul style="list-style-type: none"> Amplia oferta de cursos sobre los últimos avances digitales 	<ul style="list-style-type: none"> Redes sociales Medios de comunicación online

Buyer persona 2



SOBRE LA PERSONA USUARIA:

Eric es un diseñador seguro de sí mismo al que le gusta estar al tanto de las necesidades de su clientela. En su tiempo libre, practica deportes y actividades recreativas.

PERSONALIDAD:

- Imaginativa
- Entusiasta
- Sociable
- Flexible

INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA	
NOMBRE	Eric
EDAD:	28 años
PROFESIÓN:	Diseñador
UBICACIÓN:	El Salvador
RANGO DE INGRESOS:	\$1.500

PROBLEMAS:

- Encontrar una plataforma en línea que ofrezca seminarios y clases tanto de habilidades técnicas como de creatividad
- Buscar un software de edición y diseño asequible, perfecto y completo

RETOS:

- Ampliar la base de clientes de su negocio como autónomo.
- Organizar y gestionar los datos de su clientela

OBJETIVOS Y NECESIDADES:

- Realizar más actividad de física.
- Estar al tanto de la información deportiva nacional.

Buyer persona 3



DESCRIPCIÓN DE LA PERSONA USUARIA:

David es una educador dedicado y organizado que tiene como objetivo aumentar sus habilidades de enseñanza y conocimiento de la materia.

OBJETIVOS:

- Dominar las apps/plataformas de enseñanza online
- Estar al día con la cultura de la generación actual

NOMBRE:	David
EDAD:	34 años
PROFESIÓN:	Docente
UBICACIÓN:	El Salvador
NIVEL:	Sénior

PROBLEMAS:

- Las apps y plataformas de enseñanza online son difíciles de usar
- Mantenerse al día con las últimas tendencias y vocabulario

PERSONALIDAD:

- Trabajador
- Paciente
- Empático

INTERESES:

- Practicar fútbol con amigos.
- Asistir a partidos de fútbol de la liga nacional.
- Consumir medios de comunicación e información deportiva

MOTIVACIONES:

- Comodidad
- Conveniencia
- Precio

SELECCIÓN DE CANALES DIGITALES

1. Instagram



Instagram, otra red social clave para la marca personal de Leslie Huevo, permite compartir de manera visual y atractiva la experiencia profesional, además de ser una excelente herramienta para difundir contenido valioso.

La presencia en esta plataforma busca también conectar con seguidores e interactuar con ellos. Instagram no sólo permite mostrar el trabajo realizado, sino que también sirve como una vitrina para atraer nuevos seguidores, exhibiendo los resultados que la marca puede ofrecer. La red social Instagram es una plataforma idónea para cumplir con los objetivos de posicionamiento y visibilidad de la marca, aprovechando su alcance y las herramientas que brindan para fortalecer la presencia en el mercado laboral.

2. Facebook

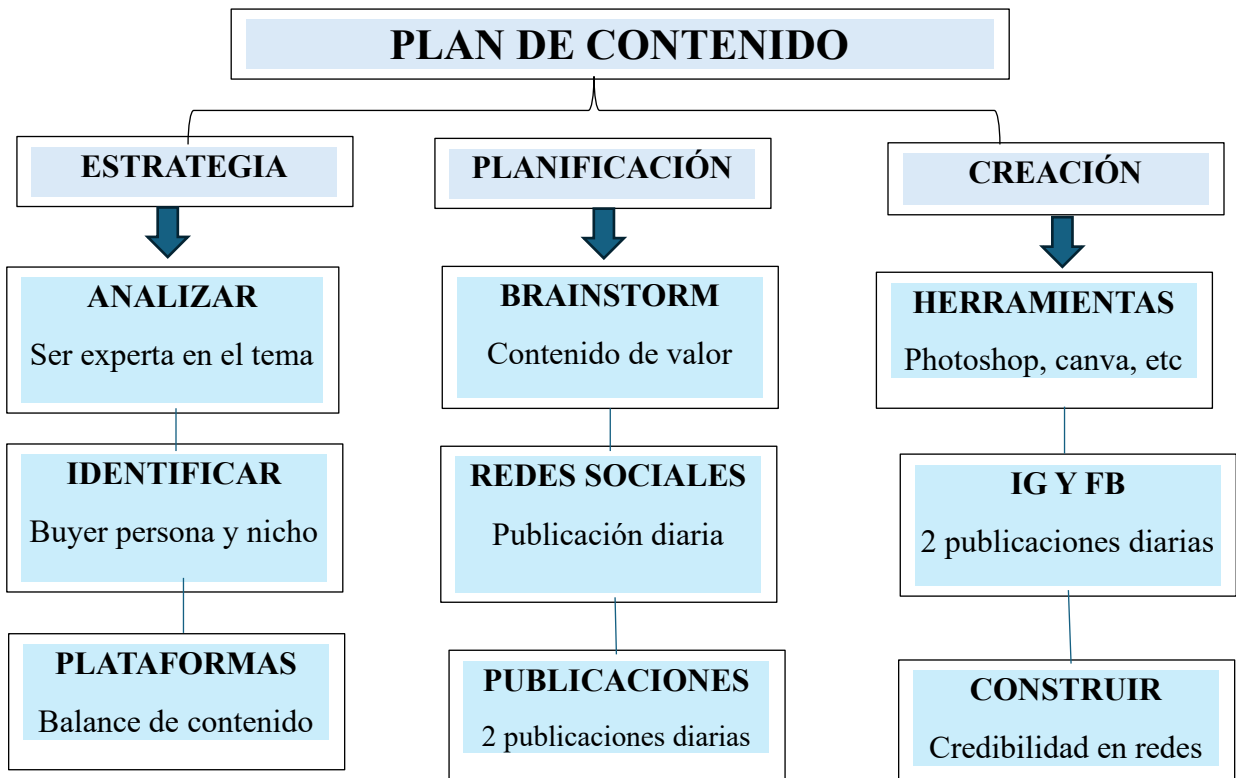


Seleccionar Facebook para el perfil de marca personal de Leslie Huevo es una decisión estratégica, ya que, sigue siendo una de las plataformas de redes sociales más grandes y versátiles debido a su amplia base de usuarios.

Permitiendo segmentar y dirigirse a audiencias específicas a través de herramientas de publicidad y publicaciones patrocinadas. Esto es útil para la marca personal porque permitirá promocionar el contenido a un grupo demográfico particular. Además, Facebook admite una amplia gama de formatos de contenido que pueden ser útiles para la creación de contenidos de valor: texto, imágenes, videos en vivo, eventos, grupos y enlaces.

PLAN DE CONTENIDO

MARKETING DE CONTENIDO	BRANDING	VENTAS	INTERACCIONES
Contenido de valor.	Información valiosa en los contenidos.	Planificación.	Creatividad y seguridad.
Lenguaje de acuerdo con el target.	Adaptabilidad en el mundo digital.	BRIEF y FODA	Identificación y cotidianidad.
Manejo adecuado de la tipografía.	Confianza al compartir información.	Uso adecuado de plataformas digitales.	Comunicación e interacción.
Fotografías y videos atractivos.	Claridad en la comunicación.	Cronograma	Generar credibilidad.



ESTRATEGIA SEO

Se presentan a continuación un conjunto de técnicas y prácticas diseñadas para mejorar la visibilidad de la marca personal de Leslie Huevo en los resultados orgánicos (no pagados) de los motores de búsqueda. El objetivo principal es aumentar el tráfico de calidad hacia los perfiles digitales de Leslie Huevo, logrando que este aparezca en las primeras posiciones cuando los usuarios busquen términos relacionados con el contenido de la marca personal.

- 1. Implementación de palabras clave:** Identificar los términos que los usuarios buscan y que están relacionados con el contenido de la marca personal de Leslie Huevo. Se busca integrar estas palabras clave de manera natural en el contenido del sitio.
- 2. Optimización On-Page:** Mejorar el contenido y la estructura de los perfiles de Facebook e Instagram para que sean relevantes y fáciles de leer tanto para los usuarios como para los motores de búsqueda. Esto incluye optimizar los títulos, descripciones, etiquetas de encabezado (H1, H2, etc.), uso de imágenes y más.
- 3. SEO Técnico:** Asegurarse de que los perfiles de la marca personal de Leslie Huevo estén correctamente configurados para que los motores de búsqueda puedan rastrearlo fácilmente. Esto incluye aspectos como la velocidad de carga, la compatibilidad con dispositivos móviles, la arquitectura del sitio y la corrección de errores técnicos.

4. **Optimización Off-Page:** Abarca todas las actividades fuera de los perfiles de Facebook e Instagram que ayuden a mejorar la marca personal de Leslie Huevo, su autoridad y relevancia, como la creación de enlaces entrantes (backlinks) desde otros sitios web de confianza.

- ✚ **Colaboraciones y guest posts:** Escribir artículos como invitada en blogs o portales relacionados con marketing, para generar tráfico y autoridad.

- ✚ **Redes sociales:** Crear una presencia activa y optimizada en redes sociales como Instagram y Facebook, donde se comparta contenido valioso.

- ✚ **Backlinks:** Conseguir enlaces entrantes desde otros sitios relevantes, como blogs de marketing digital, plataformas de redes sociales o sitios web de colaboradores.

5. **Contenido de calidad:** Publicar contenido relevante, original y útil para los seguidores es fundamental para la marca personal de Leslie Huevo.

✚ **Pasos por seguir:**

FASE DE LANZAMIENTO	FASE DE MONITOREO	FASE DE OPTIMIZACIÓN	FASE DE ESCALADO
Implementación de la estrategia en los próximos 3 meses.	Seguimiento y análisis de resultados.	Ajustes basados en los resultados obtenidos.	Expansión de la estrategia exitosa a nivel nacional.

MEDICIÓN DE KPI'S/OBJETIVOS

“Key Performance Indicator”, su significado es “Indicador Clave de Desempeño”, siendo una herramienta de ayuda para la toma de decisiones para la elaboración de una estrategia de marketing, permitiendo definir una futura línea, cabe mencionar, estos indicadores van de la mano con los objetivos de la marca personal.










Objetivo 1:

Aumentar el número de redes sociales para obtener mayor alcance.

Objetivo 2:



Crear contenido estratégico para cada red social.



KPI'S A MEDIR:

-  Número de seguidores en Instagram.
-  Número de seguidores en Facebook.
-  Cantidad de reacciones en ambas redes sociales.
-  Cantidad de comentarios e interacciones de los seguidores.
-  Alcance y visibilidad.
-  Frecuencia de publicaciones.
-  Calidad de contenido.
-  Participación en grupos y comunidades.
-  Compromiso y visibilidad.



CALENDARIO DE CONTENIDOS

Calendario de contenido para tomando como parámetro la red social Instagram de la marca personal “Leslie Huevo”, a partir del lunes 01 de octubre al domingo 14 de octubre del 2024.



Fecha	Horario	Tipo de contenido	Pilar de contenido	Copy	Descripción gráfica
Lunes 01	10:00 a.m.	Post de Instagram	Contenido de branding	<p>¡Buenos días! A iniciar la semana con buena información deportiva 😊</p> <p>Recuerda seguirme también en mi cuenta de Facebook como Leslie Huevo.</p> <p>https://www.facebook.com/fb/leslie-huevo-98765/</p>	
Lunes 01	3:30 p.m.	Post de Facebook	Contenido de branding	<p>¡Buenos tardes! A iniciar la semana con buena información deportiva 😊</p> <p>Recuerda seguirme también en mi cuenta de Instagram como: Leslie Huevo.</p> <p>www.instagram.com/_stephany_m/?next</p>	



<p>Martes 02</p>	<p>10:00 a.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido de valor</p>	<p>¿SABÍAS QUE? El primer partido de la selección nacional de fútbol se llevó a cabo en septiembre de 1921.</p> <p>🏆 sv.</p>	 <p>SELECCION SALVADOREÑA DE FUTBOL</p> <p>El primer partido de la selección nacional de fútbol se llevó a cabo en septiembre de 1921, cuando fueron invitados a participar en un torneo para celebrar los 100 años de la <u>Independencia</u> de Centroamérica.</p>
<p>Martes 02</p>	<p>3:00 p.m.</p>	<p>Post de Facebook</p>	<p>Contenido de valor</p>	<p>¿SABÍAS QUE? El primer partido de la selección nacional de fútbol se llevó a cabo en septiembre de 1921.</p> <p>🏆 sv.</p>	 <p>SELECCION SALVADOREÑA DE FUTBOL</p> <p>El primer partido de la selección nacional de fútbol se llevó a cabo en septiembre de 1921, cuando fueron invitados a participar en un torneo para celebrar los 100 años de la <u>Independencia</u> de Centroamérica.</p>

<p>Miércoles 03</p>	<p>10:00 a.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido que genere interacción</p>	<p>¿Cómo amanecieron hoy los aficionados del fútbol nacional? Comenta cuál es tu equipo favorito.</p> <p>⚽⚽⚽⚽⚽⚽⚽⚽⚽⚽⚽⚽</p>	
<p>Miércoles 03</p>	<p>3:00 p.m.</p>	<p>Post de Facebook</p>	<p>Contenido que genere interacción</p>	<p>¿Cómo amanecieron hoy los aficionados del fútbol nacional? Comenta cuál es tu equipo favorito.</p> <p>⚽⚽⚽⚽⚽⚽⚽⚽⚽⚽⚽⚽</p>	



<p>Jueves 04</p>	<p>10:00 a.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido de valor</p>	<p>DATO DEL DÍA. La patinadora salvadoreña Ivonne Sánchez ganó la medalla de oro en la prueba de los 100 metros carriles al vencer a Haila Brunet de Francia. 🏆 🏆 🏆 🏆 🏆 🏆 🏆</p>	
<p>Jueves 04</p>	<p>3:00 p.m.</p>	<p>Post de Facebook</p>	<p>Contenido de valor</p>	<p>DATO DEL DÍA. La patinadora salvadoreña Ivonne Sánchez ganó la medalla de oro en la prueba de los 100 metros carriles al vencer a Haila Brunet de Francia. 🏆 🏆 🏆 🏆 🏆 🏆 🏆</p>	



<p>Viernes 05</p>	<p>10:00 a.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido de branding</p>	<p>¿Ya me sigues en Facebook ? Te invito a que me sigas en mi perfil de Facebook. Encuéntrame como: Leslie Huevo. https://www.facebook.com/fb/leslie-huevo-98765/ 😊😊😊😊😊😊</p>	
<p>Viernes 05</p>	<p>3:00 p.m.</p>	<p>Post de Facebook</p>	<p>Contenido de branding</p>	<p>¿Ya me sigues en Instagram? Te invito a que me sigas en mi perfil de Instagram. Encuéntrame como: Leslie Huevo. www.instagram.com/_stephany_m/?next 😊😊😊😊😊😊</p>	



<p>Sábado 06</p>	<p>10:00 a.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido que genere interacción</p>	<p>CUENTÁMELO ¿Qué contenido prefieres hoy? Fútbol nacional VRS Fútbol español. ¡Comenta y no olvides dejar tu reacción! ⚽ ⚽</p>	
<p>Sábado 06</p>	<p>3:00 p.m.</p>	<p>Post de Facebook</p>	<p>Contenido que genere interacción</p>	<p>CUENTÁMELO ¿Qué contenido prefieres hoy? Fútbol nacional VRS Fútbol español. ¡Comenta y no olvides dejar tu reacción! ⚽ ⚽</p>	

<p>Domingo 07</p>	<p>10:00 a.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido de valor</p>	<p>¿SABÍAS QUE? Más de mil atletas salvadoreños y 43 mil visitantes son beneficiados gracias al nuevo Estadio Nacional “Jorge Mágico González” respaldado por el Banco Centroamericano de Integración.</p>	
<p>Domingo 07</p>	<p>3:00 p.m.</p>	<p>Post de Facebook</p>	<p>Contenido de valor</p>	<p>¿SABÍAS QUE? Más de mil atletas salvadoreños y 43 mil visitantes son beneficiados gracias al nuevo Estadio Nacional “Jorge Mágico González” respaldado por el Banco Centroamericano de Integración.</p>	



<p>Lunes 08</p>	<p>10:00 a.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido de branding</p>	<p>¡Arrancamos la semana con más información deportiva! ¡Pendientes! 😊😊😊😊😊😊 Recuerda seguirme en mi perfil de Facebook: https://www.facebook.com/fb/leslie-huezo-98765/</p>	
<p>Lunes 08</p>	<p>3:00 p.m.</p>	<p>Post de Facebook</p>	<p>Contenido de branding</p>	<p>¡Arrancamos la semana con más información deportiva! ¡Pendientes! 😊😊😊😊😊😊 Recuerda seguirme en mi perfil de Instagram: www.instagram.com/_stephany_m/?next</p>	



<p>Martes 09</p>	<p><i>10:00 a.m.</i></p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido de valor</p>	<p>¿SABÍAS QUÉ? El Salvador completó su decimotercera participación en los Juegos Olímpicos, siendo los undécimos de manera consecutiva desde Los Ángeles 1984.</p>	
<p>Martes 09</p>	<p><i>3:00 p.m.</i></p>	<p>Post de Facebook</p>	<p>Contenido de valor</p>	<p>¿SABÍAS QUÉ? El Salvador completó su decimotercera participación en los Juegos Olímpicos, siendo los undécimos de manera consecutiva desde Los Ángeles 1984.</p>	

<p>Miércoles 10</p>	<p><i>10:00 a.m.</i></p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido que genere interacción</p>	<p>CUENTÁMELO ¿Quiénes serán los nuevos campeones del fútbol nacional? ¡Deja tu comentario y no olvides dejar tu reacción! ⚽ ⚽</p>	
<p>Miércoles 10</p>	<p><i>3:00 p.m.</i></p>	<p>Post de Facebook</p>	<p>Contenido que genere interacción</p>	<p>CUENTÁMELO ¿Quiénes serán los nuevos campeones del fútbol nacional? ¡Deja tu comentario y no olvides dejar tu reacción! ⚽ ⚽</p>	

<p>Jueves 11</p>	<p>10:00 a.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido de valor</p>	<p>EL DATO DEL DÍA</p> <p>El técnico del Club deportivo Firpo habló sobre su continuidad en el equipo.</p> <p>Esto fue lo que dijo: “Si nosotros somos el problema pensaremos en dar un paso al costado”.</p> <p>¿Qué piensas sobre esto? Deja tu comentario y no olvides dejar tu reacción.</p>	
<p>Jueves 11</p>	<p>3:00 p.m.</p>	<p>Post de Facebook</p>	<p>Contenido de valor</p>	<p>EL DATO DEL DÍA</p> <p>El técnico del Club deportivo Firpo habló sobre su continuidad en el equipo.</p> <p>Esto fue lo que dijo: “Si nosotros somos el problema pensaremos en dar un paso al costado”.</p> <p>¿Qué piensas sobre esto? Deja tu comentario y no olvides dejar tu reacción.</p>	

<p>Viernes 12</p>	<p><i>10:00 a.m.</i></p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido de branding</p>	<p>Recuerda que puedes seguirme en diferentes redes sociales. ¡Búscame en Facebook! Como: Leslie Huevo https://www.facebook.com/fb/leslie-huevo-98765/</p>	
<p>Viernes 12</p>	<p><i>3:00 p.m.</i></p>	<p>Post de Facebook</p>	<p>Contenido de branding</p>	<p>Recuerda que puedes seguirme en diferentes redes sociales. ¡Búscame en Instagram! Como: @lesliehuevo www.instagram.com/_stephany_m/?next</p>	

<p>Sábado 13</p>	<p>10:00 a.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido que genere interacción</p>	<p>CUENTÁMELO</p> <p>Pablo Quiñonez vuelve a dirigir en la primera división. ¿Estás de acuerdo?</p> <p>¡Deja tu comentario y no olvides dejar tu reacción!</p> <p>⚽ ⚽ ⚽ ⚽</p>	
<p>Sábado 13</p>	<p>3:00 p.m.</p>	<p>Post de Facebook</p>	<p>Contenido que genere interacción</p>	<p>CUENTÁMELO</p> <p>Pablo Quiñonez vuelve a dirigir en la primera división. ¿Estás de acuerdo?</p> <p>¡Deja tu comentario y no olvides dejar tu reacción!</p> <p>⚽ ⚽ ⚽ ⚽</p>	

<p>Domingo 14</p>	<p>10:00 a.m.</p>	<p>Post de Instagram</p>	<p>Contenido de valor</p>	<p>¿SABÍAS QUÉ?</p> <p>¡De vender en la calle a ser capitán! ¡La bonita historia de superación de Raphinha del Barcelona!</p> <p>😊😊😊😊😊😊</p>	
<p>Domingo 14</p>	<p>3:00 p.m.</p>	<p>Post de Facebook</p>	<p>Contenido de valor</p>	<p>¿SABÍAS QUÉ?</p> <p>¡De vender en la calle a ser capitán! ¡La bonita historia de superación de Raphinha del Barcelona!</p> <p>😊😊😊😊😊😊</p>	

REFERENCIAS

- KONTACTO, *Tecnologías, marketing y comunicaciones (2021)*
Obtenido de:
<https://www.kontacto.cl/contenidos/blog/que-es-un- calendario-de-cotenido s.>
- MOLINA, D, *Buyer persona, ¿Qué es y cómo crearlo? (2021)*
Obtenido de:
<https://www.iebschool.com/blog/guia-crear-buyer-persona-inbound-marketin/>
- RAEBURN, ALICIA, *Análisis FODA, ¿Qué es y como usarlo? (2020)*
Obtenido de:
<https://www.asana.com/es/resources/swot-analysis>
- RODRÍGUEZ, PALOMA, ORTÍZ, MIRANDA, *La construcción de la marca personal: las redes sociales como herramienta esencial.*