

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



TEMA:

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL, MARCA PERSONAL: BLANKY ALAS**

PRESENTADO POR:

**MANUEL ALFREDO VÁSQUEZ RIVERA (VR19024)**

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

**LICENCIATURA EN PERIODISMO**

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

**DOCENTE DEL CURSO**

MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

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

ABRIL DE 2026

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

MSc. JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA

**RECTOR**

DRA. EVELYN BEATRIZ FARFAN MATA

**VICERRECTORA ACADÉMICA**

MSc. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

LIC. PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA

**SECRETARIO GENERAL**

LIC. CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA

**FISCAL GENERAL**

LICDA. ANA RUTH AVELAR

**DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

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

MSC. JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA

**DECANO**

MSC. MARIA CRUZ JURADO

**VICEDECANA**

MTRA. NATIVIDAD TESHÉ PADILLA

**SECRETARIA**

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

LIC. EDIS EDGARDO MONGE

**JEFE DE DEPARTAMENTO**

MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN**

# INDICE

|  |           |
|--|-----------|
| <b>INTRODUCCIÓN</b> .....                                  | <b>5</b>  |
| <b>RESUMEN</b> .....                                       | <b>6</b>  |
| <b>SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA</b> .....                  | <b>7</b>  |
| <b>OBJETIVOS DE LA MARCA</b> .....                         | <b>8</b>  |
| <b>DESCRIPCIÓN DE LA MARCA</b> .....                       | <b>9</b>  |
| <b>FODA</b> .....  | <b>11</b> |
| <b>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</b> .....                    | <b>12</b> |
| Marca personal de Jonadab González (LinkedIn).....         | 13        |
| Marca Personal de Kevin Alexander Montes (LinkedIn) .....  | 14        |
| Marca Personal de Andrea Lisseth Martínez (LinkedIn) ..... | 15        |
| Marca Personal de César Hernández (Instagram).....         | 16        |
| Marca Personal de Rafa Orellana (Instagram) .....          | 17        |
| Marca Personal de Pablo Iraheta (Instagram) .....          | 18        |
| <b>BUYER PERSONA</b> .....                                 | <b>19</b> |
| <b>SELECCIÓN DE CANALES DIGITALES</b> .....                | <b>22</b> |
| Instagram .....  | 22        |
| LinkedIn .....   | 23        |
| <b>PLAN DE CONTENIDOS</b> .....                            | <b>24</b> |
| <b>Estrategia SEO</b> .....                                | <b>26</b> |
| <b>KPI's Y Medición de Análisis</b> .....                  | <b>28</b> |
| <b>REFERENCIAS</b> .....                                   | <b>30</b> |

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el Marketing Digital se ha consolidado como una herramienta fundamental para el posicionamiento de marcas, empresas y profesionales en el entorno virtual. El crecimiento acelerado de las redes sociales y plataformas digitales ha transformado la manera en que las personas se comunican, promocionan sus servicios y generan oportunidades laborales, permitiendo una interacción directa, estratégica y medible con sus públicos objetivos.

En este contexto, la construcción de una marca personal se ha convertido en un elemento clave para destacar en mercados cada vez más competitivos. Profesionales del área de la comunicación, el periodismo y la locución requieren no solo talento y formación académica, sino también una presencia digital sólida que proyecte credibilidad, experiencia y propuesta de valor diferenciada.

El presente informe desarrolla la Estrategia de Marketing Digital para la marca personal “Blanky Alas”, orientada a fortalecer su posicionamiento como locutora comercial y comunicadora institucional en El Salvador. A través de un análisis estructurado de la situación actual de la marca, el estudio de la competencia, la elaboración de un FODA y la definición de buyer persona, se establecen objetivos claros que permitan ampliar su visibilidad en plataformas como Instagram y LinkedIn.

Cabe destacar que este trabajo no constituye una investigación científica tradicional, sino la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos durante el Curso de Especialización en Medios Digitales y Redes Sociales, integrando herramientas estratégicas para la planificación y gestión de una marca personal en el entorno digital.

## RESUMEN

El presente informe expone el desarrollo estructural y práctico de una Estrategia de Marketing Digital aplicada a la marca personal “Blanky Alas”, orientada al posicionamiento profesional en el área de la locución y la comunicación institucional en El Salvador. Este trabajo surge como producto final del Curso de Especialización en Medios Digitales y Redes Sociales, integrando los conocimientos adquiridos sobre planificación estratégica, análisis de mercado y gestión de plataformas digitales.

La propuesta parte de un diagnóstico de la situación actual de la marca, seguido del análisis FODA, estudio de la competencia y definición de buyer persona, con el propósito de establecer objetivos claros y medibles bajo el modelo SMART.

Además, se presenta la planificación estratégica de contenidos mediante un calendario estructurado, el cual permite organizar publicaciones orientadas al posicionamiento, generación de engagement y captación de oportunidades laborales.

La estrategia contempla también la construcción de identidad visual, definición de líneas de contenido y establecimiento de indicadores clave de desempeño (KPI's) para evaluar el impacto de las acciones propuestas.

**Palabras clave:** Marketing Digital, Estrategia Digital, Marca Personal, Locución, Redes Sociales, Posicionamiento, Comunicación Digital, El Salvador.

## **SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA**

La marca personal “Blanky Alas”, orientada al área de la locución comercial y la comunicación institucional, se encuentra en una etapa inicial de posicionamiento digital. Actualmente, su presencia en redes sociales se concentra principalmente en las plataformas Instagram y LinkedIn, sin embargo, ambas cuentas presentan un desarrollo limitado en términos de contenido, alcance e interacción.

En el caso de LinkedIn, el perfil se encuentra correctamente optimizado en cuanto a información académica y experiencia profesional, destacando su formación en Periodismo y trayectoria en medios de comunicación. No obstante, la cuenta carece de publicaciones constantes, interacción con otros profesionales del sector y una estrategia de contenido que refuerce su posicionamiento como experta en locución y comunicación institucional.

Por otra parte, la cuenta de Instagram se encuentra en fase inicial, con pocas publicaciones y sin una línea gráfica completamente definida. Aunque el perfil presenta una breve descripción de los servicios ofrecidos, no cuenta con enlaces externos hacia un portafolio digital o perfil profesional complementario.

En términos generales, la marca presenta un potencial significativo debido a la formación académica, experiencia en medios tradicionales y conocimientos en marketing digital. Sin embargo, requiere una planificación estructurada que le permita consolidar su identidad visual, definir líneas de contenido estratégicas y generar una presencia digital coherente y profesional que facilite la captación de oportunidades laborales.

## **OBJETIVOS DE LA MARCA**

### **Objetivo General**

Posicionar la marca personal “Blanky Alas” como una profesional referente en el área de la locución comercial y la comunicación institucional en El Salvador, mediante la implementación de una estrategia de marketing digital enfocada en Instagram y LinkedIn.

### **Objetivos Específicos**

1. Incrementar la visibilidad y el reconocimiento de la marca personal a través de contenido estratégico en redes sociales.
2. Generar oportunidades laborales en el área de locución, doblaje y comunicación institucional mediante el fortalecimiento de la presencia digital.
3. Construir una identidad visual coherente y profesional que permita diferenciar la marca dentro del mercado de comunicadores y locutores.
4. Establecer una red de contactos profesionales en LinkedIn que facilite alianzas estratégicas y colaboraciones en el sector de las comunicaciones.

## DESCRIPCIÓN DE LA MARCA

Blanky Alas es la marca personal de Blanca Lisseth Alas, comunicadora y egresada de la Licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador. La creación de esta marca personal surge con el propósito de proyectar su perfil profesional dentro del área de la locución comercial y la comunicación institucional, destacando sus habilidades en producción de contenidos audiovisuales, narración y manejo de medios digitales.

A través de esta marca, se pretende construir una imagen profesional que combine sus conocimientos en periodismo, su experiencia en medios de comunicación y su interés por el desarrollo de contenidos en plataformas digitales.

Una de las principales fortalezas de la marca es la versatilidad de su voz, la cual le permite adaptarse a distintos estilos de locución, desde tonos formales e institucionales hasta estilos más dinámicos y comerciales.

Además de su desempeño como locutora, Blanca Alas cuenta con experiencia en el ámbito periodístico y en la producción de contenidos informativos. Ha colaborado como periodista radiofónica en la Asociación de Radiodifusión Participativa de El Salvador (ARPAS) y actualmente se desempeña en el área de comunicaciones en Canal 9, lo cual fortalece su perfil profesional dentro del campo de los medios de comunicación.

Otro elemento diferenciador de la marca es su conocimiento en marketing digital y gestión de redes sociales, lo que le permite comprender el funcionamiento de las plataformas digitales y aprovecharlas estratégicamente para fortalecer su posicionamiento profesional.

Dentro de los servicios que ofrece la marca Blanky Alas se encuentran:

- Locución comercial para radio y televisión.
- Narración y doblaje de contenidos audiovisuales.
- Edición de audio y video.
- Creación de contenido para redes sociales.

En este sentido, la marca personal Blanky Alas busca posicionarse como una propuesta profesional integral dentro del sector de la comunicación y la locución en El Salvador, aprovechando las oportunidades que ofrecen las plataformas digitales para ampliar su alcance, fortalecer su reputación y generar nuevas oportunidades laborales.

## FODA

El análisis FODA permite identificar los factores internos y externos que influyen en el desarrollo y posicionamiento de la marca personal Blanky Alas dentro del sector de la comunicación y la locución.

| <b>FORTALEZAS</b>   | <b>OPORTUNIDADES</b>  |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Voz versátil con capacidad de adaptarse a diferentes estilos de locución.</li> <li>• Formación académica en Periodismo y Comunicación.</li> <li>• Experiencia en medios de comunicación como radio y televisión.</li> <li>• Conocimientos básicos en herramientas de grabación y edición de audio y video.</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento de plataformas digitales que requieren contenido audiovisual y locución.</li> <li>• Demanda de voces jóvenes en radio y medios digitales.</li> <li>• Mayor uso de redes sociales para promocionar servicios profesionales.</li> <li>• Crecimiento de plataformas como YouTube, Instagram y Spotify que requieren locutores.</li> </ul> |
| <b>DEBILIDADES</b>  | <b>AMENAZAS</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de un portafolio digital que muestre trabajos previos de locución.</li> <li>• Experiencia limitada en comunicación institucional.</li> <li>• Conocimientos técnicos limitados sobre equipos profesionales de grabación y acústica.</li> <li>• Áreas de mejora en técnicas de respiración y resistencia vocal.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disminución de oyentes en la radio tradicional.</li> <li>• Crecimiento del número de locutores y creadores de contenido.</li> <li>• Uso creciente de voces generadas por inteligencia artificial.</li> <li>• Cambios en las tendencias de consumo hacia contenidos más visuales.</li> </ul>  |

## ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El análisis de la competencia permite identificar las características, fortalezas y estrategias utilizadas por otros profesionales del área de la locución y la comunicación que tienen presencia en plataformas digitales. Este análisis resulta fundamental para comprender el entorno en el que se desarrollará la marca personal Blanky Alas y para identificar oportunidades de diferenciación dentro del mercado.

Para la presente estrategia se analizaron diversos perfiles de locutores, periodistas y creadores de contenido que poseen presencia en redes sociales como Instagram y LinkedIn.

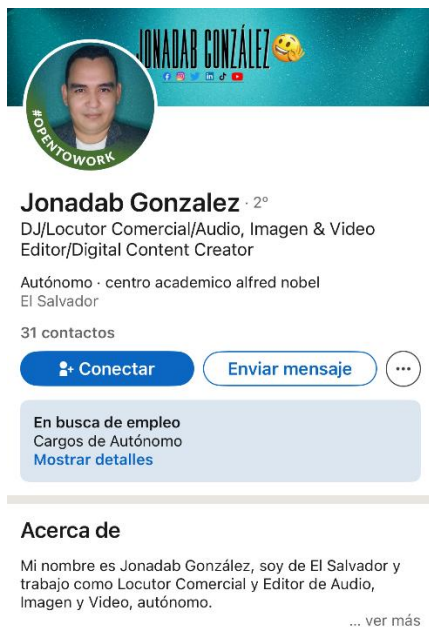
### Análisis de Presencia Digital de la Competencia

| Competencia             | Instagram | LinkedIn | Sitio Web |
|-------------------------|-----------|----------|-----------|
| Jonadab González        | X         | X        |           |
| Kevin Alexander Montes  |           | X        |           |
| Andrea Lisseth Martínez |           | X        |           |
| César Hernández         | X         |          |           |
| Rafa Orellana           | X         |          | X         |
| Pablo Iraheta           | X         |          |           |

## Marca personal de Jonadab González (LinkedIn)

Jonadab trabaja como Locutor Comercial y Editor de Audio, Imagen y Video independiente. Desde mediados de 2022 inició su formación con respecto al Desarrollo Web. Su perfil está optimizado en los espacios de experiencia y educación, además sí tiene una foto de portada, aunque no agrega información complementaria como sus contactos directos.

Sin embargo, sus publicaciones son muy viejas y no ha posteado nada en mucho tiempo, se puede observar que ha descuidado su perfil a pesar de contar con experiencia previa.



The screenshot shows the top portion of a LinkedIn profile for Jonadab Gonzalez. At the top is a banner image with the name 'JONADAB GONZÁLEZ' and a smiley face emoji. Below the banner is a circular profile picture with the hashtag '#OPEN2WORK' around it. The name 'Jonadab Gonzalez' is followed by '· 2°'. The headline reads 'DJ/Locutor Comercial/Audio, Imagen & Video Editor/Digital Content Creator'. The location is 'Autónomo · centro academico alfred nobel El Salvador'. It shows '31 contactos' and two buttons: 'Conectar' and 'Enviar mensaje'. Below that is a section 'En busca de empleo' with 'Cargos de Autónomo' and a 'Mostrar detalles' link. The 'Acerca de' section starts with 'Mi nombre es Jonadab González, soy de El Salvador y trabajo como Locutor Comercial y Editor de Audio, Imagen y Video, autónomo.' and ends with '... ver más'.



The screenshot shows a social media post from Jonadab Gonzalez. The profile name is 'Jonadab Gonzalez · 2°' with a '+ Seguir' button. The bio is 'DJ/Locutor Comercial/Audio, Ima...' and '7 años · Editado'. The post text says 'Nos escuchamos en punto de las 08:00 AM en [www.powerstationradio.com](http://www.powerstationradio.com) Today #MorningPower #LaMezcla ... más'. The main image is a promotional graphic for 'DJ JOGO' at 'POWER STATION RADIO'. It features a photo of Jonadab Gonzalez in a blue striped shirt. The text 'POWER STATION RADIO' is prominent, with the tagline '¡Conéctate al poder!!' below it. The website 'WWW.POWERSTATIONRADIO.COM' is at the bottom.

## Marca Personal de Kevin Alexander Montes (LinkedIn)

Kevin aún no ha publicado nada, es egresado de la Licenciatura en Periodismo de la UES. Tiene correctamente optimizado su perfil, destacan los emojis que agrega encada cargo que ha tenido como por ejemplo “redactor”, esto muestra más atractivo su perfil.

Una debilidad en su perfil es que se ve vacío en comparación al de Blanca. Si aún no tiene mucha experiencia sería ideal postear sobre nuevos conocimientos y logros académicos para llenar más el perfil, esto es algo que Blanca también podría implementar.



The image shows a LinkedIn profile for Kevin Alexander Montes Mancía. It includes a profile picture of a man with glasses, a banner image, and a notification bell. The name is followed by a '1er' indicator. The current position is 'Periodista de multimedia en Diario El Mundo' with a newspaper icon. Other roles listed are 'Locutor', 'Redactor', 'Editor de videos', and 'Vidógrafo y fotógrafo' with corresponding icons. The location is 'Diario El Mundo · Universidad de El Salvador, San Salvador, El Salvador'. It shows '12 contactos' and a list of shared contacts: Eduardo Acosta, Lisbeth Ayala, and 4 others. There are two 'Enviar mensaje' buttons, one for the main profile and one for the university affiliation.

**Kevin Alexander Montes Mancía**  
· 1er

Periodista de multimedia en Diario El Mundo 📰  
Locutor 🗣️ Redactor 📄 Editor de videos 📺  
Vidógrafo y fotógrafo 📷

Diario El Mundo · Universidad de El Salvador  
San Salvador, El Salvador

**12 contactos**

Eduardo Acosta, Lisbeth Ayala y 4 contactos en común más

Enviar mensaje

---

**Datos destacados**

 **Estudiasteis en Universidad de El Salvador**  
Estudiasteis en Universidad de El Salvador de 2019 a 2024

Enviar mensaje

## Marca Personal de Andrea Lisseth Martínez (LinkedIn)

Andrea tiene completa toda la información en su perfil de LinkedIn, es de las pocas cuentas que tienen una portada hecha por sí misma con su nombre o información de contacto. Tiene poca experiencia en radio, pero la conecta de forma adecuada con más información por lo que no se queda corta en su descripción.

Blanca podría mejorar esta parte e interactuar más con profesionales directamente o no de su competencia para generar confianza.



**Andrea Lisseth Martínez Abarca**  
· 2°

Lic. Relaciones Públicas y Comunicaciones | Recopilación de datos | Digitadora | Asistente Administrativo | Atención al cliente | Redacción y edición | Secretaria online | Locutora

BD Travel and Tours · Universidad Francisco Gavidia  
Nueva San Salvador, La Libertad, El Salvador

79 contactos

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

**En busca de empleo**  
Cargos de Auxiliar administrativo, Freelance, Meca...  
[Mostrar detalles](#)

**Datos destacados**

 **1 grupo en común**  
Andrea Lisseth y tú estáis en Calidad



**Andrea Lisseth Mart...** · 2° [+ Seguir](#)

Lic. Relaciones Públicas y Comu...  
1 año · 🌐

La comunicación asertiva es una habilidad valiosa, especialmente en situaciones difíciles. 🗣️

**Claudia Cárdenas** · 3er+ [+ Seguir](#)

#1Top HR Leader North America 202...  
1 año · 🌐

5 CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN ASERTIVA  
... más

**COMUNICACION ASERTIVA**

- 01. DEFIENDE TUS OPINIONES**  
Siempre siendo honesto y con respeto.
- 02. NO ESPERES QUE TE LEAN LA MENTE**  
Si quieres algo pídele con confianza.
- 03. ESCUCHA A LOS DEMÁS**  
Todos tenemos opiniones de las cual aprender.
- 04. UTILIZA LA EMPATIA**  
Ponerle en su lugar te hará mirar desde otro punto de vista.
- 05. HABLAR DESDE EL YO**  
No accuses, no hables cosas en cara, no hagas sentir mal al otro.

FUENTE: WWW.TUCONSULTACIONLINE.INFO

## Marca Personal de César Hernández (Instagram)

César es competencia directa de Blanca ya que está a su mismo nivel académico y se interesa por la misma área de la locución y el periodismo multimedia. Tiene su perfil profesional optimizado, sin embargo, aún no postea fotos relacionadas a su trabajo.

Algo que resalta en su perfil son las historias destacadas, esto mejora la estética de su perfil y brinda una buena primera impresión.

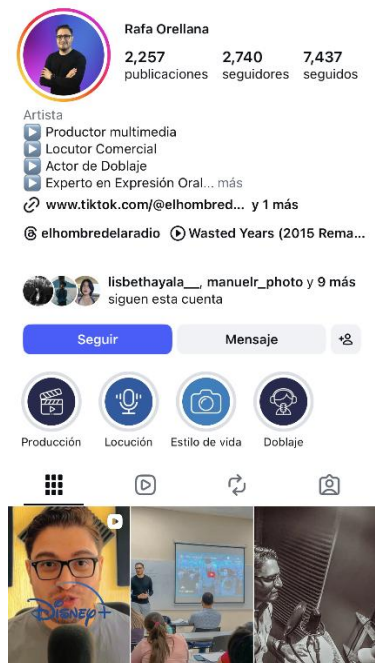
Hubiera sido ideal que en la descripción de su primera publicación se presentara como periodista locutor y mencionar brevemente lo que le gustaba hacer y sus objetivos. Esto es algo que Blanca podría implementar en su perfil de Instagram.



## Marca Personal de Rafa Orellana (Instagram)

Rafa es un productor, locutor y actor de doblaje. Tiene más de diez años de experiencia en producción y locución de radio, con amplio conocimiento en ejecución de proyectos orientados al desarrollo desde un enfoque radiofónico. Actor de doblaje para Bla Bla Bla Film & Dubbing y locutor comercial.

Es productor en Magma Estudios y ha sido actor de Doblaje en Bla Bla Bla Film & Dubbing tiene su propio sitio web dedicado a radio y su perfil está perfectamente optimizado, tiene bien definido el contenido de sus historias destacadas y en sus publicaciones postea fotos y clips sobre locución. Este es un buen ejemplo de perfil profesional.



Rafa Orellana  
2,257 publicaciones 2,740 seguidores 7,437 seguidos

Artista

- Productor multimedia
- Locutor Comercial
- Actor de Doblaje
- Experto en Expresión Oral... más

[www.tiktok.com/@elhombredelradio](http://www.tiktok.com/@elhombredelradio) y 1 más

@elhombredelradio Wasted Years (2015 Rema...

lisbethayala\_, manuel\_photo y 9 más siguen esta cuenta

Seguir Mensaje +

Producción Locución Estilo de vida Doblaje

Grid of highlights: a video of Rafa speaking, a photo of him in a classroom, and a photo of him at a radio broadcast.



Publicaciones elhombredelradio Seguir

elhombredelradio El Salvador C.A.



15

elhombredelradio La voz no es solo sonido. Es identidad, liderazgo y propósito.

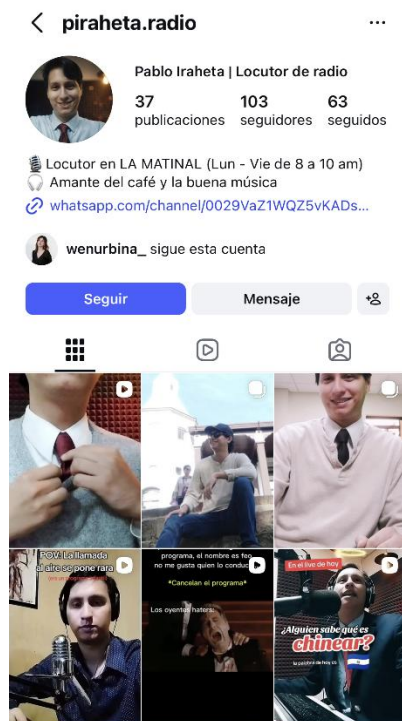
Durante años he tenido el privilegio de formar a estudiantes, profesionales y líderes en expresión oral, vocería estratégica y construcción de marca personal. Porque comunicar bien no es un talento reservado para unos pocos; es una competencia que se entrena, se perfecciona y transforma realidades.

He trabajado desde la radio y la producción multimedia hasta el aula y los escenarios, integrando técnica vocal, narrativa, presencia escénica y pensamiento estratégico. Mi enfoque no es solo enseñar a hablar, sino a impactar, persuadir y conectar con autenticidad.

## Marca Personal de Pablo Iraheta (Instagram)

Pablo tiene un perfil profesional en Instagram optimizado adecuadamente, trabaja en La Matinal 91.7 FM y el contenido que genera es acertado para mostrar una imagen de locutor radial. Postea principalmente videos en cabina sobre humor o clips donde está en vivo.

En esta publicación a pesar de no mencionar nada sobre la radio o su labor, sí publica una foto en su área de trabajo con una frase motivacional para comenzar el día. Es destacable esta intención de seguir publicando contenido relacionado a su profesión y no necesariamente publicando sobre actividades realizadas.



## **BUYER PERSONA**

La definición del buyer persona permite identificar y comprender el perfil del público objetivo al que se dirige la estrategia de marketing digital. Estos perfiles representan de manera semi-ficticia a los potenciales clientes o empleadores de la marca personal Blanky Alas, considerando sus características demográficas, necesidades, objetivos y desafíos dentro del área de la comunicación.

El análisis de estos perfiles facilita la creación de contenido estratégico y la selección adecuada de canales digitales, permitiendo una comunicación más efectiva y alineada a las necesidades del mercado.

### Objetivos

- Buscar un periodista de televisión experimentado para cubrir eventos importantes, realizar reportajes especiales o manejar la cobertura de noticias en situaciones de alta presión.
- Encontrar a alguien con habilidades de investigación rigurosa y capacidad para presentar noticias de manera clara y atractiva.

### ¿Cómo puede ayudar?

- Blanky puede ayudar a aumentar la audiencia digital: Analizando el comportamiento de la audiencia, optimizando SEO/SEM, y creando contenido adaptado a cada plataforma.
- Mantener relevancia: Monitoreando tendencias, proponiendo ideas creativas alineadas con la identidad del canal y sugiriendo colaboraciones estratégicas con figuras relevantes.



## Miriam Rodríguez

### Jefa de Comunicaciones en canal de TV

#### Perfil de LinkedIn Blanky Alas

#### Datos Personales

**Edad:** 35 años  
**Ocupación:** Jefa de Comunicaciones en canal de TV  
**Ubicación:** San Salvador  
**Nivel Educativo:** Licenciatura en Comunicación Social  
**Ingresos Anuales:** \$10,800  
**Estado Civil:** Soltera

### Buyer Persona

#### Biografía

- 10 años de experiencia en el campo de la comunicación y los medios, desarrollo en la gestión de equipos de periodistas y en la supervisión de contenidos.
- Experiencia en medios de comunicación tradicionales (TV, radio) y digitales (medios en línea, redes sociales)

#### Desafíos

- Aumentar la audiencia digital: Potenciar la presencia del canal en plataformas digitales para atraer nuevos espectadores.
- Mantener relevancia: Adaptar los contenidos a las tendencias actuales sin perder la identidad del canal.

### Objetivos

- Fortalecer la marca de la emisora: A través de una comunicación constante, coherente y profesional que refuerce la reputación de la radio.
- Tener más presencia en la web y buscar alternativas de más escuchas en internet.

### ¿Cómo puede ayudar?

- Blanca puede ofrecer formación en estrategias digitales, herramientas de gestión de redes sociales y técnicas para mejorar la presencia en línea de la emisora.
- Asistir en la creación de contenido para medios digitales, como blogs o publicaciones en redes sociales, y entrenar en técnicas de escritura efectiva y adaptación de mensajes para diferentes plataformas.



## Mauricio Orellana

### Productor y Locutor de Radio

#### Perfil de LinkedIn Blanky Alas

#### Datos Personales

**Edad:** 45 años  
**Ocupación:** Productor y Locutor de Radio Comercial  
**Ubicación:** San Salvador  
**Nivel Educativo:** Licenciatura en Periodismo  
**Ingresos Anuales:** \$20,100  
**Estado Civil:** Casado

### Buyer Persona

#### Biografía

- 2 años trabajando en Televisión y 9 años de experiencia en Radio como locutor y en producción.
- Experiencia en medios de comunicación tradicionales (TV, radio) y recientemente involucrado en medios digitales.

#### Desafíos

- Falta de capacitación en medios digitales y redes sociales.
- Falta de locutores especializados en medios digitales y comunicación escrita.

### Objetivos

- Aumentar la visibilidad y el alcance de su marca en Instagram para atraer más clientes potenciales.
- Incrementar las ventas a través de Instagram y construir una comunidad de seguidores leales.

### ¿Cómo puede ayudar?

Blanky puede ayudar a Fátima creando una estrategia de contenido alineada con su estilo innovador, artístico y estético. Además, puede gestionar las redes sociales, planificando publicaciones con un calendario automatizado para ahorrar tiempo. También desarrollaría campañas que aprovechen tendencias actuales, aumentando la visibilidad de la tienda en Instagram y atrayendo nuevos clientes, permitiendo que Fátima se enfoque en otras áreas clave de su negocio.



## Fátima Portillo

Propietaria de una tienda de moda en línea

### Perfil de Instagram Blanky Alas

#### Datos Personales

**Edad:** 29 años  
**Ocupación:** Fundadora de su propia tienda online.  
**Ubicación:** San Salvador  
**Responsabilidades:** Estrategia de negocio, gestión de ventas, supervisión del equipo, marketing.  
**Estado Civil:** Soltera

### Buyer Persona

#### Personalidad

- Innovadora, apasionada por las tendencias-
- Amante del diseño, el arte y la estética.
- Motivada, busca expandir su negocio y está abierta a nuevas ideas.

#### Desafíos

- Falta de tiempo: Fátima tiene una agenda apretada y no puede dedicar mucho tiempo a gestionar las redes sociales de manera efectiva.
- Conocimiento limitado: Aunque entiende la importancia de Instagram, no tiene la experiencia para crear estrategias de contenido efectivas.

### Objetivos

- Buscar un talento de doblaje que pueda aportar originalidad y profesionalismo a sus proyectos.
- Necesita una voz de calidad para anuncios, videos promocionales, cortometrajes, o contenidos para redes sociales.

### ¿Cómo puede ayudar?

Blanky como locutora puede ayudar a Alma ofreciendo una voz versátil que se adapte a las necesidades creativas y a los requisitos del cliente. Además, puede asegurar grabaciones de alta calidad, cumplir con los plazos establecidos y ser flexible para realizar las revisiones necesarias, garantizando así la satisfacción del cliente y la entrega oportuna del proyecto.



## Alma Pérez

Fundadora de Agencia de Doblaje

### Perfil de Instagram Blanky Alas

#### Datos Personales

**Edad:** 33 años  
**Ocupación:** Fundadora de su propia Agencia de Doblaje.  
**Ubicación:** San Salvador  
**Nivel Educativo:** Licenciada en Ciencias de la Comunicación  
**Estado Civil:** Casada

### Buyer Persona

#### Biografía

Con una formación en comunicación y más de 5 años de experiencia en la industria creativa, se especializa en crear contenido audiovisual impactante para diversas marcas. En busca de voces versátiles y profesionales para sus proyectos.

#### Desafíos

- Encontrar voces que se alineen con la visión creativa y los requisitos del cliente.
- Calidad de la grabación, capacidad para cumplir con los plazos y ofrecer flexibilidad para revisiones.

## SELECCIÓN DE CANALES DIGITALES

La selección de canales digitales es un elemento clave dentro de la estrategia de marketing, ya que permite definir los espacios en los que la marca tendrá presencia activa para alcanzar a su público objetivo de manera efectiva. En el caso de la marca personal Blanky Alas, se han seleccionado las plataformas Instagram y LinkedIn como medios principales para su posicionamiento digital.

### **Instagram**

Instagram se establece como uno de los canales principales debido a su enfoque visual y su alto nivel de interacción con los usuarios. Esta plataforma permite compartir contenido en diversos formatos como imágenes, videos, reels e historias, lo que resulta ideal para mostrar las habilidades de locución, la personalidad de la marca y su proceso creativo.

Asimismo, Instagram facilita la interacción directa con la audiencia a través de comentarios, mensajes y herramientas interactivas como encuestas, lo que contribuye a generar una comunidad digital activa. También permite el uso de hashtags y tendencias que ayudan a aumentar el alcance de las publicaciones y atraer a nuevos seguidores interesados en el contenido relacionado con la locución y la comunicación.

Por otra parte, esta plataforma favorece la construcción de una identidad visual sólida, permitiendo mantener una línea gráfica coherente que refuerce el posicionamiento de la marca personal.

## **LinkedIn**

LinkedIn se selecciona como un canal estratégico orientado al ámbito profesional, ya que permite proyectar la marca personal hacia empleadores, empresas y otros profesionales del sector de la comunicación.

A través de esta plataforma, Blanky Alas puede destacar su formación académica, experiencia laboral y logros profesionales, lo que incrementa su credibilidad y visibilidad dentro del mercado laboral. Además, LinkedIn facilita la creación de redes de contacto, permitiendo establecer conexiones con reclutadores, productores, agencias y otros actores clave del sector.

Asimismo, la publicación de contenido relacionado con tendencias en locución, comunicación y medios digitales contribuye al posicionamiento de la marca como una profesional informada y activa en su área.

En este sentido, la combinación de Instagram y LinkedIn permite abordar tanto el aspecto visual y creativo como el profesional, logrando una estrategia integral que fortalece el posicionamiento de la marca personal en el entorno digital.

## **PLAN DE CONTENIDOS**

### **Pilares de la Estrategia de Contenidos**

Los pilares de contenido constituyen la base estratégica sobre la cual se desarrollará la comunicación digital de la marca personal Blanky Alas. Estos permiten organizar y estructurar los tipos de contenido que se publicarán en las diferentes plataformas, asegurando coherencia, valor informativo y conexión con el público objetivo.

A partir del análisis de la marca, su propuesta de valor y las necesidades del público objetivo, se han definido cuatro pilares fundamentales: marketing de contenido, testimonios y proyectos, educación y consejos profesionales, y contenido interactivo o de entretenimiento.

### **Marketing de Contenido**

Este pilar está enfocado en la creación de contenido de valor que aporte información relevante al público objetivo. Su finalidad es posicionar a la marca como una fuente confiable dentro del ámbito de la locución y la comunicación.

### **Testimonios y Proyectos**

El pilar de testimonios y proyectos tiene como objetivo demostrar la experiencia y credibilidad de la marca a través de la presentación de trabajos realizados, colaboraciones y resultados obtenidos.

### **Educación y Consejos Profesionales**

Este pilar se centra en compartir conocimientos técnicos y experiencias relacionadas con la locución, el periodismo y la comunicación. Su objetivo es posicionar a Blanky Alas como una profesional capacitada y con dominio en su área.

### **Contenido Interactivo y de Entretenimiento**

Este pilar busca generar cercanía con la audiencia mediante contenido dinámico, creativo y participativo. Su finalidad es aumentar la interacción y el engagement en las plataformas digitales.

| Instagram   |   |  |  |
|---|---|--|--|
| Marketing de Contenido  | Testimonios y Proyectos   | Educación y Consejos Profesionales   | Trivia   |
| Infografía sobre checklist para preparar una grabación                        | Vídeo en historia contando el inicio de nuevo proyecto usando recursos de interacción       | Infografía sobre técnicas de dicción                                       | Encuesta en historia sobre datos curiosos del mundo del doblaje    |
| Carrusel sobre cómo modular la voz en 5 pasos                                 | Logros académicos relacionados a periodismo y locución                                      | Vídeo tutorial en reel de cómo preparar un espacio de grabación            | Publicación en feed de memes tipo: "Lo que callamos los locutores" |
| Vídeo vertical en Reels sobre errores comunes al hablar frente a un micrófono | Entrevista breve en formato vídeo reel con un colega locutor                                | Pieza gráfica sobre consejos para locutores principiantes                  | Encuesta o trivia en post sobre datos históricos de la radio       |
| Pieza gráfica sobre ejercicios de respiración para locutores                  | Recurso de preguntas en historia sobre proyectos radiales pasados                           | Infografías sobre historia de la radio en el mundo y el país               | Historia de verdadero o falso en la locución                       |
| Vídeo horizontal de guía rápida de edición de audio                           | Vídeos de testimonios de clientes o experiencias destacadas que resalten el profesionalismo | Vídeo horizontal educando sobre elementos técnicos infaltables en locución | Reels con retos de modulación de voz                               |

| LinkedIn  |   |  |   |
|---|---|--|---|
| Marketing de Contenido  | Testimonios y Proyectos   | Educación y Consejos Profesionales   | Trivia  |
| Infografía sobre checklist para preparar una grabación                        | Publicación de texto sobre participación en cursos de formación                           | Infografía sobre técnicas de dicción                                       | Trivia en post invitando a responder en comentarios sobre comunicación efectiva |
| Carrusel adaptado a LinkedIn sobre cómo modular la voz en 5 pasos             | Logros académicos relacionados a periodismo y locución                                    | Pieza gráfica simple de cómo preparar un espacio de grabación              | Pieza gráfica con desafíos de retos de palabras o trabalenguas                  |
| PDF en formato carrusel sobre errores comunes al hablar frente a un micrófono | Entrevista breve en formato vídeo con un colega locutor                                   | Documento descargable sobre consejos para locutores principiantes          | Detrás de cámara en formato divertido   |
| Pieza gráfica sobre ejercicios de respiración para locutores                  | Publicación de texto dando una previa de futuros proyectos radiales                       | Infografías sobre historia de la radio en el mundo y el país               | Publicación de memes sobre locución y periodismo                                |
| Documento descargable sobre guía de edición de audio                          | Pieza gráfica con foto dedicada a clientes con testimonio que resalten el profesionalismo | Vídeo horizontal educando sobre elementos técnicos infaltables en locución | Mostrar una comparación de antes y después de una locución                      |

## **Estrategia SEO**

La estrategia SEO (Search Engine Optimization) tiene como objetivo optimizar la visibilidad de la marca personal Blanky Alas en motores de búsqueda y dentro de las propias plataformas digitales, mediante el uso estratégico de palabras clave relacionadas con el área de la locución y la comunicación.

Para el desarrollo de esta estrategia, se ha definido un conjunto de palabras clave alineadas a los pilares de contenido y a los servicios que ofrece la marca. Estas palabras permiten mejorar el posicionamiento tanto del perfil profesional como de las publicaciones realizadas en plataformas como Instagram y LinkedIn.

Asimismo, la implementación de una estrategia SEO facilitará la redacción de contenidos optimizados, permitiendo que estos sean más fácilmente encontrados por usuarios interesados en servicios de locución y comunicación. Esto contribuirá a aumentar el alcance de las publicaciones, atraer a nuevos seguidores y generar mayores oportunidades profesionales.

## Estrategia SEO

| <b>Marketing de Contenido</b>    | <b>Testimonios y Proyectos</b> | <b>Educación y Consejos Profesionales</b> | <b>Trivia</b>        |
|----------------------------------|--------------------------------|---|----------------------|
| Locución                         | Clientes satisfechos           | Periodismo de radio                       | Trivia               |
| Modulación                       | Proyectos exitosos             | Consejos de locución                      | Desafíos             |
| Producción de Audio              | Colaboración con locutores     | Tips para la voz                          | Interacción          |
| Locución institucional           | Colegas                        | Desarrollar una voz profesional           | Reto de imitación    |
| Técnicas de comunicación verbal  | Feedback                       | Guía                                      | Interacción creativa |
| Podcast                          | Diplomado                      | Educación en manejo de voz                | Contenido divertido  |
| Vocería y locución institucional | Curso de formación             | Formación                                 | Modulación de voz    |
| Locución comercial               | Reseñas                        | Dicción                                   | Encuesta             |
| Locución para empresas           | Campañas de                    | Capacitación                              | Imitación            |
| Storytelling                     | Proyectos audiovisuales        | Técnicas                                  | Personajes           |

## **KPI's Y Medición de Análisis**

La definición de indicadores clave de desempeño (KPIs) permite evaluar la efectividad de la estrategia de marketing digital implementada para la marca personal Blanky Alas. Estos indicadores facilitan el monitoreo del crecimiento, alcance e interacción en las plataformas digitales, permitiendo realizar ajustes estratégicos en función de los resultados obtenidos.

En el caso de la presente estrategia, los KPIs se han establecido en relación con los objetivos planteados, tomando en cuenta el crecimiento en redes sociales, el nivel de interacción con la audiencia y la expansión de la red de contactos profesionales.

### **INSTAGRAM**

Alcanzar los 100 seguidores en la cuenta de Instagram de Blanky Alas en los próximos 5 meses a través de publicaciones atractivas.

KPIs:

- Número de seguidores
- Alcance de las publicaciones
- Tasa de crecimiento de seguidores
- Tasa de interacción

Alcanzar los 20 likes por post en la cuenta de Instagram de Blanky mediante publicaciones más atractivas gráficamente en los próximos 3 meses.

KPIs:

- Número de likes
- Alcance de publicaciones
- Impresiones
- Guardados
- Tasa de interacción

## **LINKEDIN**

Conectar con 20 nuevos profesionales de la locución en el perfil de LinkedIn de Blanky cada mes durante los próximos 5 meses.

KPIs:

- Número de contactos nuevos
- Número de vistas al perfil
- Tasa de respuesta a solicitud de red.

Crear 3 publicaciones en el perfil de LinkedIn de Blanky sobre tendencias en locución en los próximos 3 meses, con al menos 1 por mes, para posicionarla como experta en el área.

KPIs:

- Número de publicaciones creadas
- Alcance de publicaciones
- Tasa de interacción
- Número de contactos nuevos
- Número de recomendaciones
- Número de vistas al perfil.

## REFERENCIAS

Asana. (2021, julio 1). Análisis FODA: Qué es y cómo usarlo. Asana.

<https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

Inboundcyle. (n.d.). Buyer persona: qué es, tipos y cómo definirlo + plantilla. Inboundcyle.

<https://www.inboundcycle.com/buyer-persona>

Sordo, A. I. (2021, mayo 11). Cómo hacer un análisis de tu competencia. hubspot.

<https://blog.hubspot.es/marketing/guia-analisis-competencia>