

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



**TÍTULO:**

**ESTRATEGIA DE MARKETING DE MARCA PERSONAL DE: JUAN  
VENTURA**

**PRESENTADO POR:**

**MARCELLA ESMERALDA PALACIOS CRUZ**

**CARNÉ:**

**(PC18083)**

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN  
MEDIOS DIGITALES Y REDES SOCIALES PARA OBTENER EL  
TÍTULO DE LICENCIADO EN PERIODISMO.**

**DOCENTE DEL CURSO:**

**LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ.**

**COORDINADOR DEL CURSO:**

**MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

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

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**RECTOR**

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA.

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

DOCTORA. EVELYN BEATRIZ FARFÁN

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

MAESTRO. ROGER ARMANDO ARIAS

**SECRETARIO GENERAL**

LICENCIADO. PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

**FISCAL GENERAL**

LICENCIADO. CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA

**DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

LICENCIADO. LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE.

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

**DECANO**

MAESTRO. JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA.

**VICEDECANA**

MAESTRA. MARY CRUZ JURADO

**SECRETARIO**

MAESTRA. NATIVIDAD DE LAS MERCEDES TESHE PADILLA

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

**JEFE DE DEPARTAMENTO**

MAESTRO. EDIS EDGARDO MONGE LUNA

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

**DOCENTE DEL CURSO:**  
LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

# AGRADECIMIENTOS

En el presente trabajo agradezco a Dios por permitirme haber finalizado uno de mis estudios superiores, brindándome sabiduría, paciencia, inteligencia y fortaleza a lo largo de este camino para lograr optar por el título de la licenciatura en periodismo, que sin duda es un objetivo anhelado desde que inicié con la carrera y que en algún momento pensaba que no lo lograría, pero Dios me mantuvo firme en cada prueba que se presentaba.

Quiero dar un agradecimiento especial a mis padres Vilma Haydee Cruz de Palacios y Ricardo Aníbal Palacios por su apoyo incondicional y por incentivarme durante esta trayectoria universitaria, quienes me impulsaron a que no me rindiera, y que fuera perseverante en dicho sueño.

Asimismo, este título se lo dedico a mis hermanas, Stefany Melissa Palacios Cruz y Astrid Maricela Palacios Cruz, ya que fueron parte indispensable de este logro, al ser mi apoyo en toda la carrera para alcanzar el tan anhelado título, también quiero agradecerle a mi novio Elmer Ernesto Sorto Orellana por ser inspiración y apoyo en esta etapa de mi vida.

Además de mis amigos y compañeros con los que compartí dentro y fuera de las aulas. Aquellos compañeros de universidad, que se convirtieron en amigos de vida, gracias por todo su apoyo y ayuda en los momentos difíciles y estresantes que vivimos a lo largo de la carrera.

Y por supuesto a mi histórica Universidad y a todas las autoridades, por permitirme concluir con una etapa importante de mi vida, gracias por la paciencia, orientación y guiarme en el desarrollo de ella para formarme. Agradezco a todos los docentes que con sus conocimientos me motivaron a superarme personal y profesionalmente en la Universidad de El Salvador.

# ÍNDICE

## Contenido

RESUMEN .....	6
INTRODUCCIÓN .....	7
1. SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA .....	8
1.1. Presencia digital actual .....	8
1.2. Descripción de la marca e información general.....	8
1.3. Análisis FODA .....	9
1.4. Competencia.....	9
2. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS SMART .....	13
3. BUYER PERSONA .....	14
3.1. Buyer persona LinkedIn .....	14
3.2. Buyer persona Instagram .....	15
4. SELECCIÓN DE CANALES DIGITALES.....	17
5. PLAN DE CONTENIDOS.....	18
6. ESTRATEGIA DE SEO .....	19
7. MEDICIÓN Y ANÁLISIS .....	20
8. CALENDARIO DE PUBLICACIONES .....	21
BIBLIOGRAFÍA .....	23

## RESUMEN

En los últimos años es indiscutible debatir que la tecnología ha abonado a la expansión y aceleración de la distribución de distintos contenidos y mensajes, como informativos, de entretenimiento, educativos u otra índole. Mantener una imagen positiva y fresca en el espacio del internet y las redes sociales es parte de las estrategias del marketing digital utilizadas por distintas empresas, instituciones, artistas, figuras públicas y personas particulares. En el siguiente trabajo se muestra una serie de pasos para la creación de una marca personal para redes sociales con el objetivo de posicionarse en el mundo digital, como en el rubro profesional en que se compete, como lo es ser asesor financiero. Parte de esa estrategia es analizar la competencia, crear objetivos a cumplir, conocer las características de la marca personal a partir del uso de la herramienta FODA, proponer un calendario de publicaciones para redes sociales alineado con las intenciones de fidelizar y aumentar los clientes que utilicen los servicios de asesoría financiera, describir las líneas de contenido y los buyer persona como los clientes potenciales.

***Palabras claves:*** marketing digital, redes sociales, fotografía, buyer persona, branding, marca personal.

# INTRODUCCIÓN

Este informe resume lo aprendido en el curso de especialización en Marketing y Redes Sociales, de la licenciatura en Periodismo, ejecutando lo aprendido en la creación de una marca personal que logre posicionarse en las redes sociales, con el objetivo de fidelizar clientes, crear ventas, y desarrollar una identidad de marca profesional en el rubro profesional.

La marca a trabajar es de Juan Ventura, con la finalidad de ofrecer servicios en el área de asesorías financieras. Algunas estrategias para usar para el posicionamiento de este proyecto son el Marketing de Contenido, Social Selling, Inbound Marketing y SEO.

Este informe se divide en secciones claves para explicar la estrategia digital de la marca personal, el análisis de la competencia, la situación de la marca, el uso de la herramienta FODA, analizando sus características internas y su situación externa; la presentación de los distintos buyer persona como ideales clientes, las líneas de contenido, objetivos generales y específicos, un calendario de publicaciones en las redes sociales seleccionadas: Instagram y LinkedIn.

# **1. SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA**

## **1.1.Presencia digital actual**

Las redes sociales que se analizaron fueron Instagram y LinkedIn, actualmente en Instagram se cuenta con un perfil creado recientemente, el cual cuenta con datos generales de los servicios que se ofrecen, y una foto de perfil para dar a conocer la imagen de Juan Ventura.

Este perfil se tiene que optimizar, creando publicaciones e historias que ayuden a evidenciar los servicios de dicho perfil, para que así usuarios se interesen en contratar los servicios.

El perfil de LinkedIn se creó en junio de 2015, sin embargo, este no ha estado en constante actualización, ya que en 9 años solo se ha realizado una publicación, el perfil además no cuenta con foto de perfil. Es necesario destacar que si se ha colocado la experiencia laboral con la que se cuenta, y los servicios que ofrece.

El reto en LinkedIn es crear una imagen con una línea grafica ideal que ayude a que el perfil brinde una buena impresión y acorde a los servicios que se ofrecen, además de empezar a planificar publicaciones que evidencien la experiencia que se tiene.

## **1.2.Descripción de la marca e información general**

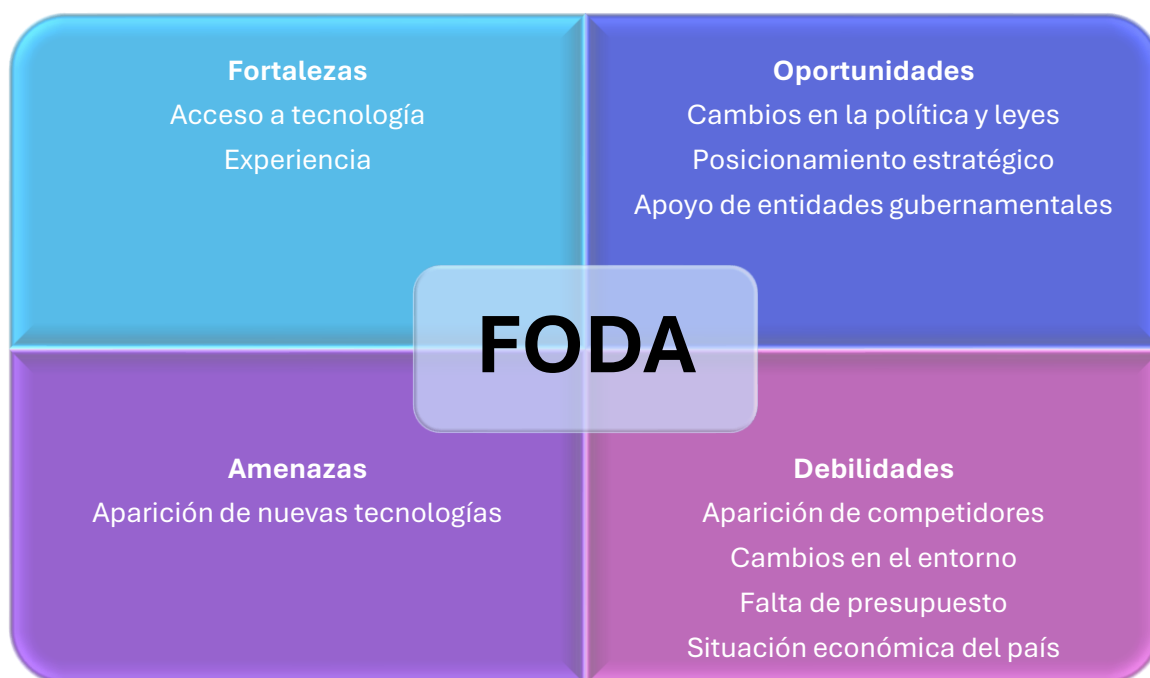
La educación financiera es clave para garantizar que las personas, independientemente de sus ingresos o estatus social, no solo tengan acceso a servicios financieros relevantes, sino que también sepan cómo usarlos de manera efectiva. En el país gran parte de la población desconoce de este tema, lo que conlleva a que las personas no puedan tener un crecimiento financiero y se queden estancados debido a una mala administración económica. Por ello, es que uno de los servicios que se ofrecen es de asesor financiero, de esta manera se ayuda a las

personas a incursionar en el mundo de las criptomonedas, convirtiéndose en una excelente opción para hacer crecer el capital, además de brindar educación financiera.

### 1.3. Análisis FODA

Esta técnica se emplea para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que puedan representar a nuestra marca o proyectos que estén a punto de ejecutarse.

Esta herramienta contribuye a darle soporte a nuestra marca para emplear la estrategia de la marca, con el propósito de saber con exactitud en qué y no debemos enfocarnos:



### 1.4. Competencia

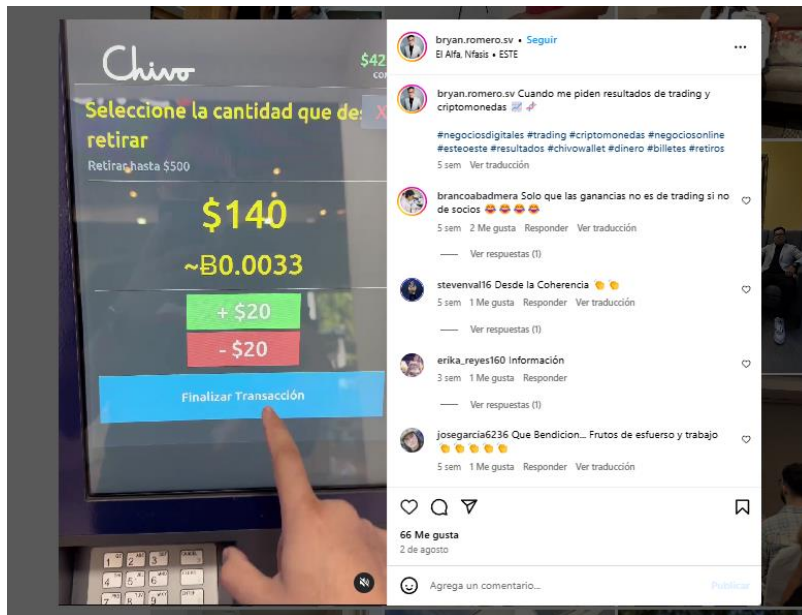
Competencia/ nombre comercial	INSTAGRAM	TIK TOK	THREADS
Bryan Romero	bryan.romero.sv <a href="https://www.instagram.com/bryan.romero.sv/">https://www.instagram.com/bryan.romero.sv/</a>	Bryan Romero.sv <a href="https://www.tiktok.com/@bryan_romero.sv? t=8pVdxaQgoD8&amp;_r=1">https://www.tiktok.com/@bryan_romero.sv? t=8pVdxaQgoD8&amp;_r=1</a>	bryan.romero.sv <a href="https://www.threads.net/@bryan.romero.sv? xmt=AQGz1a9ofmtK">https://www.threads.net/@bryan.romero.sv? xmt=AQGz1a9ofmtK</a>

			<a href="#">pEWGzFzMpVDBM b3PUTeoBomQQrW1 X19rJkk</a>
Fran Campos		fran_ortiz7 <a href="https://www.tiktok.com/@fran_ortiz7?_t=8pVf5N2yh5&amp;_r=1">https://www.tiktok.com/@fran_ortiz7?_t=8pVf5N2yh5&amp;_r=1</a>	
Joel FX	Joellfabian <a href="https://www.instagram.com/joellfabian/">https://www.instagram.com/joellfabian/</a>	joelfx5 <a href="https://www.tiktok.com/@joelfx5?_t=8pVnCFCs6Tt&amp;_r=1">https://www.tiktok.com/@joelfx5?_t=8pVnCFCs6Tt&amp;_r=1</a>	

- **BRYAN ROMERO**

Bryan Romero realiza es un asesor financiero, este se enfoca en criptomonedas, realiza 4 publicación aproximadamente por día en Instagram.

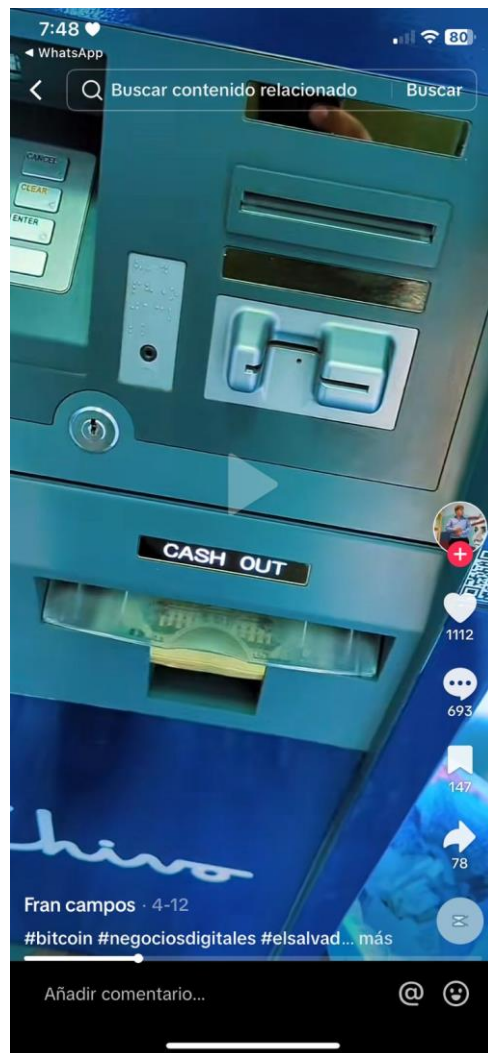
La siguiente publicación es una de las más destacadas, es un reels donde habla acerca del resultado de invertir en criptomonedas, sin embargo, a pesar de tener más de 2000 seguidores en dicha cuenta, sus publicaciones no muestran más de 100 reacciones.



- **FRAN CAMPOS**

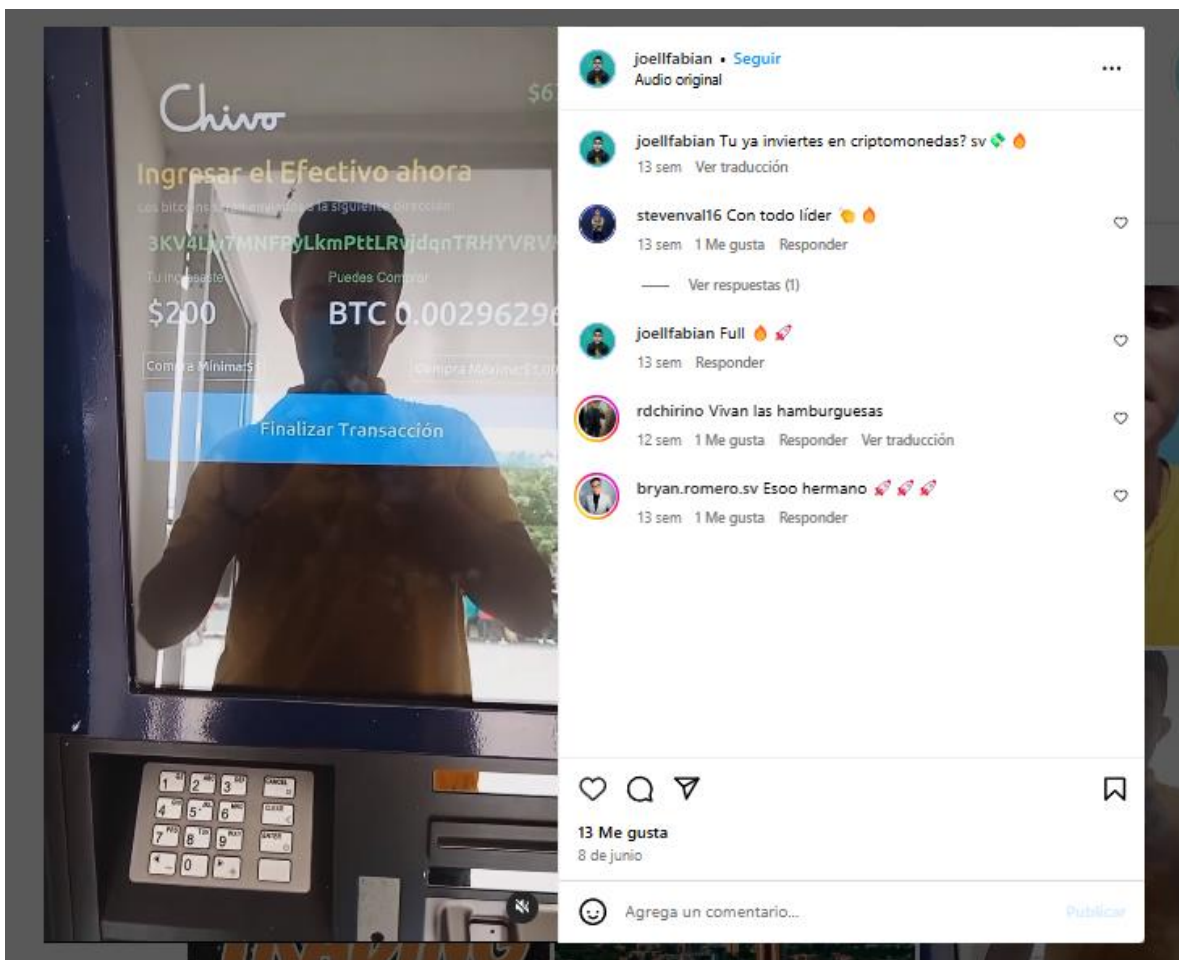
Franc Campos, es una persona que se dedica a asesor financiero, su contenido es enfocado en la inversión en criptomonedas, para compartir información utiliza la red social de tik tok. Publica de 1 a 3 video a la semana los cuales tienen un alcance en su mayoría de un poco más de 1500 reproducciones.

La siguiente publicación es una de las que obtuve mayor alcance, basta con ver más de 1000 reacciones y casi 700 comentarios. La publicación es donde muestra los resultados de la inversión en criptomonedas.

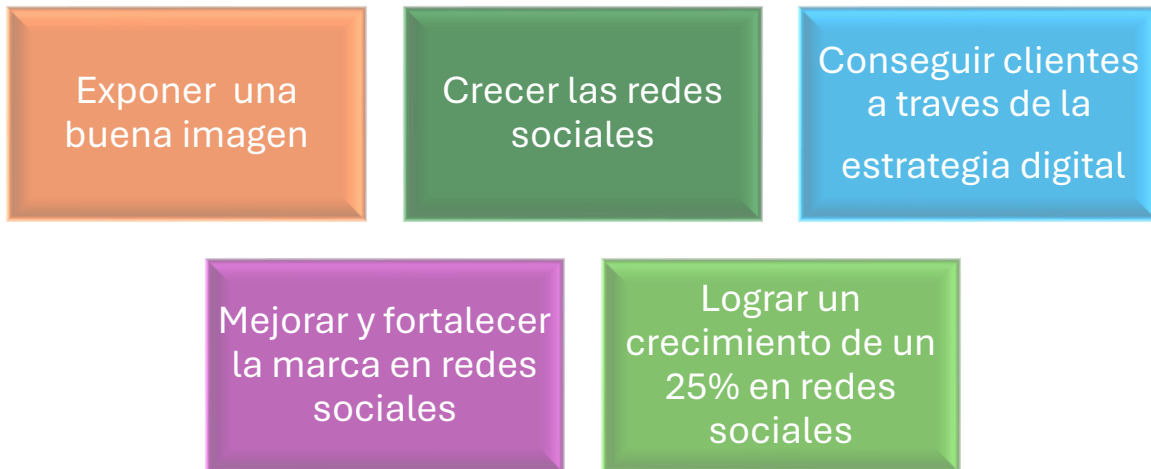


- **JOEL FX**

Joel Fabian, su cuenta de Instagram tiene muy poco de haberse aperturado, este nada más cuenta con 127 seguidores. Su última publicación fue realizada el 23 de julio, lo cual significa que la cuenta no se está optimizando, ya que no hay una publicación continua de contenido. La siguiente publicación ha destacado ya que a través de un video muestra él porque es bueno invertir en criptomonedas



## 2. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS SMART



### 3. BUYER PERSONA

Un buyer persona es un perfil semi-ficticio que se crea a partir de la investigación y el análisis de los datos demográficos, comportamientos, motivaciones y necesidades del público objetivo.

El objetivo principal de desarrollar buyer persona es comprender mejor a quiénes se dirigen los productos o servicios. Al crear perfiles de compradores ideales, se puede obtener una visión más profunda de las características y preferencias de los clientes potenciales.

Esto te ayuda a adaptar las estrategias de marketing, mensajes promocionales y desarrollo de productos para satisfacer las necesidades específicas del objetivo que se tiene.

Un buyer persona típico incluye información como la edad, el género, la ocupación, la ubicación geográfica, los intereses, los objetivos, los desafíos, los comportamientos de compra, las fuentes de información y las preferencias de comunicación. Cuanto más detallado y realista sea el buyer persona, más efectivo será al enfocar los esfuerzos de marketing y ventas.

#### 3.1. Buyer persona LinkedIn

<https://www.linkedin.com/in/jventura06/>

**BUYER PERSONA NEGOCIO**

**DATOS PERSONALES**  
ERNESTO CASTRO  
EDAD: 55 Años  
FAMILIA: Casado  
CARGO: Politico  
UBICACION: San Salvador  
INGRESOS: 2000  
CARACTER: Extrovertido, Experimental

**OBJETIVOS Y NECESIDADES**  
Desde que asumió como presidente de la AL, Castro muestra la urgente necesidad de establecer una plaza para tratamiento crisis comunicacional y manejo de la opinión pública.

**INTERESES**  
Lectura de literatura jurídica Debate y oratoria Ajedrez Deportes Música clásica

**MIEDOS Y FRUSTRACIONES**  
Como la máxima autoridad de uno de los tres poderes del Estado, Castro se ve frecuentemente envuelto en polémicas que, en muchos casos, son gestionadas de manera inadecuada, especialmente aquellas relacionadas con las reformas a las leyes salvadoreñas

**COMPORTAMIENTOS**  
Liderazgo estratégico Gestión del tiempo Negociación y mediación Comunicación jurídica

# BUYER PERSONA **NEGOCIO**

**DATOS PERSONALES**  
**ARMANDO GODOY**  
 EDAD: 39 Años  
 FAMILIA: Casado  
 CARGO: jefe de prensa  
 UBICACION: San Salvador  
 INGRESOS: 1500  
 CARACTER: Optimista, sensible

**OBJETIVOS Y NECESIDADES**  
 Su objetivo es optimizar la comunicación interna y externa, garantizando una información clara y eficaz. Su labor es crucial para fortalecer la transparencia, la imagen institucional y la relación con stakeholders.



**MIEDOS Y FRUSTRACIONES**  
 Presenta dificultades para gestionar crisis de comunicación y la falta de recursos adecuados. También puede enfrentar frustraciones por la resistencia al cambio y la presión para mantener una imagen positiva en situaciones adversas.

**INTERESES**  
 Cine y teatro Viajes Lectura Pasar tiempo con amigos Dibujar

**COMPORTAMIENTOS**  
 Anticipa a problemas y oportunidades. Toma la iniciativa para realizar estrategias en pro de la institución.


### 3.2. Buyer persona Instagram

[https://www.instagram.com/juan\\_venturaesa/](https://www.instagram.com/juan_venturaesa/)

# BUYER PERSONA **NEGOCIO**

**DATOS PERSONALES**  
**CRISTIAN VILLALTA**  
 EDAD: 49 Años  
 FAMILIA: Casado  
 CARGO: Gerente  
 UBICACION: San Salvador  
 INGRESOS: 1000  
 CARACTER: Abierto, conciente

**OBJETIVOS Y NECESIDADES**  
 El gerente Villalta inició una reestructuración de la planta de periodistas y renovación de manual de marca, por lo que necesita un nuevo editor jefe que lleve a cabo la modernización que busca.



**MIEDOS Y FRUSTRACIONES**  
 La decreciente demanda de los periódicos impresos ha llevado a la LPG a modernizarse en busca de la captación de nuevos ingresos a través de nuevos canales de información, sin afectar la calidad.

**INTERESES**  
 Seguimiento continuo de fútbol. Lectura histórica deportiva. Busca talentos periodísticos Realiza comparativos de la competencia Gusta de las carreras de autos.

**COMPORTAMIENTOS**  
 Análisis de datos, Liderazgo Analíticas Comunicación efectiva Contabilidad Relaciones públicas

# BUYER PERSONA **NEGOCIO**

## **DATOS PERSONALES**

WILLIAM GUEVARA  
EDAD: 37 Años  
FAMILIA: Soltero  
CARGO: Asistente RRHH  
UBICACION: San Salvador  
INGRESOS: 1000  
CARACTER: Extrovertido, creativo, sentimental

## **MIEDOS Y FRUSTRACIONES**

El trabajo comunicacional y de relaciones públicas debe mejorar desde la Embajada para no perder terreno en el campo político salvadoreño, el cual se ve altamente influenciado por la política China.

## **OBJETIVOS Y NECESIDADES**

El poder de la opinión de la Embajada de EEUU en los temas de nación ha bajado considerablemente. Esta figura política necesita fortalecer, en primer lugar, el trabajo de redes sociales con la contratación de un experto en Social Media

## **INTERESES**

Lectura Viajes Deportes Cine  
Gastronomía



## **COMPORTAMIENTOS**

Toma la iniciativa para identificar y resolver problemas antes de que se conviertan en mayores desafíos.

## **4. SELECCIÓN DE CANALES DIGITALES**

### **INSTAGRAM**

Instagram es una red social que tiene mucho alcance, y es utilizado en su mayoría por adolescentes y adultos jóvenes, por lo que ayudaría a llegar al público objetivo.

### **LINKEDIN**

LinkedIn es una plataforma profesional, en la cual podemos alcanzar un público objetivo, además que realizar contacto con personas del mismo rubro. También ayudaría a crear una buena imagen de marca personal

### **LOGO DE MARCA PERSONAL JUAN VENTURA**



## 5. PLAN DE CONTENIDOS

<b>Marketing de contenidos</b>	<b>Branding</b>	<b>Ventas</b>	<b>Interacciones</b>
¿Cómo funcionan las criptomonedas?	Conocimiento sobre trading	Servicios que se ofrecen	Encuestas sobre conocimiento de las personas sobre el uso de criptomonedas
Conceptos básicos del trading	Experiencia en criptomonedas		Caja de preguntas sobre las dudas más frecuentes relacionadas al trading
Sistema de trading	Estudios realizados relacionados a trading		
¿Qué es el trading?			
Tipos de trading			
Mejores plataformas para hacer trading			

## 6. ESTRATEGIA DE SEO

<b>Marketing de contenidos</b>	<b>Branding</b>	<b>Ventas</b>	<b>Interacciones</b>
Trading	Carrera	Dinero	Criptomonedas
Funciona	Empezar	<b>Negocio</b>	Trading
Dinero	Conocimiento	Criptomonedas	Bitcoin
Negocio	Experiencia	Economía	Inversión
Confiable	Estudio	Invertir	Inversión
Rentable	Economía	Bitcoin	Rentabilidad
Aprender	Asesor	App	Ganancias
Estudiar	Financiero	Confiable	Wallet
Digital	Criptomonedas	Rentable	Resultados
Practicar	Trading	Wallet	Análisis

## 7. MEDICIÓN Y ANÁLISIS

### LINKEDIN

<b>Exponer una buena imagen</b>	<b>Crecer las redes sociales</b>	<b>Conseguir clientes a través de la estrategia digital</b>	<b>Mejorar y fortalecer la marca en redes sociales</b>	<b>Lograr un crecimiento de un 25% en redes sociales</b>
Impressions	Followers	Engagement Rate	Response Time	Reach
Reach	Followers growth rate	Follower Growth Rate	Brand Mentions	Engagement
Brand Mentions	Engagement Rate	Saves	Saves	Follower Growth Rate

### INSTAGRAM









<b>Exponer una buena imagen</b>	<b>Crecer las redes sociales</b>	<b>Conseguir clientes a través de la estrategia digital</b>	<b>Mejorar y fortalecer la marca en redes sociales</b>	<b>Lograr un crecimiento de un 25% en redes sociales</b>
Impressions	Followers	Engagement Rate	Response Time	Reach
Reach	Followers growth rate	Follower Growth Rate	Brand Mentions	Engagement
Brand Mentions	Engagement Rate	Saves	Saves	Follower Growth Rate
Clics en visitar la biografía	Story Retention Rate			
	Video Views			

## 8. CALENDARIO DE PUBLICACIONES







Un calendario de publicaciones en redes sociales se realiza con el objetivo de planificar y organizar las publicaciones que se realizan en las diferentes plataformas sociales a lo largo de un período de tiempo determinado.

El calendario ayuda a mantener una presencia constante en las redes sociales al establecer una programación regular de publicaciones. Esto es importante para mantener la atención y el compromiso de los seguidores, ya que se acostumbrarán a ver contenido de manera regular.

### Red Social: Instagram

Calendario semanal para Instagram						
Calendarización						
Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Pilar de contenido	Link	Copy	Descripcion grafica
Lunes 30 septiembre	4:00 p. m.	Story	Interaccion		¿Sabes que es el trading?	Encuesta
	6:00 p. m.	Post	Marketing de contenido		Hacer crecer tu patrimonio y contar así con ayuda en momentos de necesidad es una inversión que todas las personas deberían de realizar, siendo el trading una excelente opción.	
Martes 1 de octubre	5:00 p. m.	Post	Marketing de contenido		Sabias que el trading puede ofrecerte ganancias significativas en un periodo más corto a comparación de inversiones tradicionales.	
Miercoles 2 de octubre	1:00pm	Reel	Marketing de contenido		¿Sabias que? Con el trading tienes una flexibilidad de horario incomparable, pues a diferencia de los empleos tradicionales de contar con un horario fijo, el trading te permite operar en un horario que se ajuste a tu estilo de vida.	Video
	3:00pm	Story	Marketing de contenido		Aprovechar las herramientas tecnológicas actuales como plataformas de trading en línea, software de análisis técnico y algoritmos de trading automático es una excelente opción para hacer crecer tu dinero.	
Jueves 3 octubre	10:00 a. m.	Reel	Marketing de contenido		¿Conoce algunos conceptos basicos del trading?	Video
	1:00 p. m.	Live	Branding		Hablar un poco de la marca personal, sobre los estudios realizados relacionados al trading.	
Viernes 4 de octubre						
Sabado 5 de octubre	1:00 p. m.	Story	Interaccion		¿Utilizas algun tipo de criptomonedas?	Encuesta
	1:00pm	Story	Ventas		¿Te interesa hacer crecer tu capital a través del trading? Envía un DM para más información.	
Domingo 6 de octubre	6:00 p. m.	Live	Marketing de contenido		¿Con el trading tienes el control total en tus inversiones?	
Lunes 7 de octubre	1:00 p. m.	Story	Interaccion		¿Has utilizado criptomonedas? ¿Cuál?	Caja de preguntas
	8:00 p. m.	Live	Marketing de contenido		Conoce más sobre las estrategias en trading.	
Martes 8 de octubre	10:00 a. m.	Post	Marketing de contenido		Sabias que con la estrategia day trading, el inversor completa sus operaciones el mismo día, es decir, se trata de una inversión a corto plazo que finaliza en la fecha que se inició	
	1:00 p. m.	Story	Ventas		Desarrolla habilidades en la industria digital con el trading, más información envía DM.	
Miercoles 9 de octubre						
Jueves 10 de octubre	1:00 p. m.	Story	Interaccion		Deja tus preguntas relacionadas al trading	Caja de preguntas
Viernes 11 de octubre	8:00 p. m.	Post	Ventas		¿Cómo lograr libertad financiera antes de los 30? Envía DM y te explico.	
	9:00am	Story	Interaccion		¿Quieres aprender a utilizar criptomonedas?	Encuestas
Sabado 12 de octubre	7:00pm	Liive	Marketing de contenido		Así luce un plan de trading profesional. Construirlo tomará tiempo, pero sin uno perderás años en lograr ser rentable y finalmente decidirás construir uno.	
	5:00 p. m.	Video	Marketing de contenido		Quien no gestiona bien el riesgo es porque no entiende bien el trading. ¿Puedes multiplicar cuentas de forma rápida? Si, aunque es más probable que intentándolo pierdas todo por perseguir una meta que no es realista o acorde al negocio en el que estás. Debes enfocarte en ser consistente, tener grandes capitales que te den dinero de forma consistente y no tendrás que duplicar cuentas para ganar en forma de este negocio. ¿Tú cómo gestionas tu riesgo?	Video
Lunes 14 de octubre	9:00 a. m.	Story	Interaccion		Sabes ¿Cómo empezar en el Trading?	Encuestas
	1:00 p. m.	Post	Marketing de contenido		¿Quieres empezar a invertir, pero temes que te estafen? Acá tienes 5 reglas para minimizar el riesgo a la hora de invertir. Recuerda que siempre habrá riesgos, así sean pequeños, pero con la información correcta no solo los minimizas, sino que maximizas tus ganancias.	

## Red Social: LinkedIn

Calendario semanal para LinkedIn						
Calendarización						
Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Pilar de contenido	Link	Copy	Descripción grafica
Lunes 30 de septiembre						
Martes 1 de octubre	6:00 p. m.	Post	Marketing de contenido		Una de las principales razones por las que te podría interesar el trading es su potencial de altos retornos. Comparado con inversiones más tradicionales como los bonos o los fondos de inversión, el trading puede ofrecerte ganancias muy significativas en un periodo más corto de tiempo. Esto es posible gracias a la volatilidad y al dinamismo de los mercados financieros.	
Miércoles 2 de octubre						
Jueves 3 de octubre						
Viernes 4 de octubre	5:00pm	Post	Marketing de contenido		¿Sabes qué es una Plataforma de Trading? Una plataforma de trading es la herramienta o software que proporciona un bróker para que el trader pueda abrir, cerrar o modificar órdenes en un mercado determinado. Permite invertir o hacer trading y añadir indicadores al gráfico para analizar los activos.	
	4:00 p. m.	Video	Branding		Experiencia con el trading	Video
Sábado 5 de octubre						
Domingo 6 de octubre	3:00pm	Post	Marketing de contenido		¿Sabes que con el trading tienes un mayor control en tus inversiones? Muchos instrumentos financieros cuentan con restricciones al momento de retirar o mover los fondos, contrariamente a lo que sucede en Forex. En el trading, la totalidad del control sobre los activos recae directamente sobre el usuario, pues queda a libre albedrío elegir cuándo abrir y cerrar las operaciones, sin la necesidad de involucrar la participación de terceros, ni ceder las decisiones de inversión, como usualmente sucede en otro tipo de productos financieros.	
Lunes 7 de octubre	10:00 a. m.	Video	Marketing de contenido		¿Sabes por qué el trading la mejor opción para tener ingresos extras? ¿Sabías que con el trading puedes tener mayor rentabilidad a comparación de medios tradicionales? En lo que respecta a canales de inversión, existe poca competencia a los márgenes de rendimiento posibles en el trading. Los medios tradicionales, como depositar el dinero en un banco o comprar deuda pública, cuentan con una seguridad sumamente alta. Pero, ofrecen un rendimiento que deja mucho que desear, pues en general ofrecen márgenes igualmente bajos. Por otro lado, el trading es una actividad arriesgada, pero su potencial de rendimiento es proporcional a los peligros asumidos.	Video
	2:30 p. m.	Post	Marketing de contenido			
Martes 8 de octubre						
Miércoles 9 de octubre	3:00 p. m.	Video	Marketing de contenido		¿El Trading es un negocio riesgoso? La respuesta es que depende de cada persona. Para alguien sin conocimiento, sí, es algo extremadamente riesgoso, para alguien con experiencia y control emocional, no solo es de bajo riesgo, sino que es muy rentable. No dejes en manos de un inexperto (tú sin educación) la gestión de tu dinero, educa y haz que la habilidad compense el riesgo de este negocio.	Video
	5:00pm	Video	Branding		Si empezara de cero seguiría estos pasos. Aunque cometí muchos errores que retrasaron mi progreso, ayudaron a aumentar mi capital. Estos pasos siguen al pie de la letra estos pasos, no será fácil, querrás cambiarlos, hacerlos diferentes, pero si los sigues, ¡te espera una vida aún mejor!	Video
Jueves 10 de octubre	9:00 a. m.	Post	Marketing de contenido		Una de las mentiras más grandes, es que el trading es un negocio difícil. El trading no es difícil, lleva tiempo, como cualquier carrera, comprenderlo. Las personas que esperan en 6 meses ya ganar millones terminan diciendo después que no funciona, pero en realidad el trading exige es autocontrol y una correcta ejecución como negocio, lo que cualquier emprendimiento pide. Así que no, no es difícil, las personas no lo hacen como negocio y por eso pierden.	
Viernes 11 de octubre	10:00am	Video	Marketing de contenido		El trading no da dinero rápido, mínimo necesitas de 6 meses a 1 año para hacer dinero con esto. Aun así, esto es más rápido que la mayoría de los negocios que hay ahí afuera, pero requiere inversión de tiempo y dinero, sin esto no habrá resultados. Si decides aceptar esto, en el largo plazo con disciplina y una buena educación, los resultados llegan en el trading.	
Sábado 12 de octubre						
Domingo 13 de octubre	5:00 p. m.	Video	Marketing de contenido		¿Qué significa ser rentable en el Trading? Por eso no se pregunta sencilla de responder muchas personas se confunden y creen que un trader rentable es aquella persona que gana miles de millones de dólares, que tiene mucho poder, o que nadie lo conoce porque vive en el anonimato. Trader rentable es aquel que es capaz de sacarte dinero al mercado, que tiene un sistema que le permite generar ganancias de manera consistente, o sea que gana más de lo que pierde en sus inversiones. no esperes a ganar miles de millones de dólares en el Trading, porque eso llega con el tiempo, aspira siempre a ser el mejor trade posible y el dinero llegará como consecuencia.	Video
Lunes 14 de octubre						

# BIBLIOGRAFÍA

*EXPRIMIENDO LINKEDIN.* (s.f.). Obtenido de EXPRIMIENDO LINKEDIN:

<https://www.exprimiendolinkedin.com/que-es-linkedin-para-que-sirve-como-funciona/>

*Instagram: ¡conoce todo sobre esta red social!* (s.f.). Obtenido de Instagram: ¡conoce todo sobre esta red social!:

<https://rockcontent.com/es/blog/instagram/#:~:text=Instagram%20es%20una%20red%20social%20principalmente%20visual%2C%20donde%20un%20usuario,de%20comentarios%20y%20me%20gusta>

*Repasamos la historia de LinkedIn.* (s.f.). Obtenido de Repasamos la historia de LinkedIn:

<https://www.genbeta.com/redes-sociales-y-comunidades/repasamos-la-historia-de-linkedin-la-compra-estrella-de-microsoft#:~:text=LinkedIn%20empez%C3%B3%20a%20fraguarse%20en,conseguido%20sus%204.500%20primeros%20usuarios>