



**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE ELSALVADOR**

**RECTOR  
MAESTRO, JUAN ROSA QUINTANILLA.**

**VICERRECTORA ACADÉMICA  
DOCTORA, EVELYN BEATRIZ FARFÁN.**

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO  
MAESTRO, ROGER ARIAS.**

**SECRETARIO GENERAL  
LICENCIADO, PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA.**

**FISCAL GENERAL  
LICENIADO, CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA.**

**DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS  
LICENCIADA, ANA RUTH AVELAR.**

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

**DECANO  
MAESTRO, JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA.**

**VICEDECANA  
MAESTRA, MARÍA BLAS CRUZ JURADO.**

**SECRETARIO DE LA FACULTAD  
MAESTRA, NATIVIDAD DE LAS MERCEDES TESHE PADILLA.**

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

**JEFE DE DEPARTAMENTO  
LICENCIADO EDIS EDGARDO MONGE LUNA.**

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

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

## **AGRADECIMIENTOS**

Siempre he anhelado llegar a estas instancias, la vida me ha llevado por bastantes retos que desde muy pequeño han sido afrontados con la mayor responsabilidad posible, pero nunca imaginé que estaría a un paso de graduarme de la Universidad de El Salvador, a la cual se le atribuye un gran legado en el país. Siendo hijo menor de la Familia García Rivas, es un orgullo ser el primero en alcanzar el grado de Licenciatura en muchas generaciones atrás.

Le agradezco a mi madre y padre, quienes han sido pilares importantes en mi vida y que a pesar de muchas adversidades me apoyaron hasta mi última clase en la universidad y han creído en el potencial que tengo para los estudios.

Con ello, no puedo dejar de lado a quienes me han acompañado en mi formación académica desde educación inicial hasta la superior, y que ha sido a través del sistema de educación pública, agradeciendo a todos aquellos docentes y comunidad educativa quienes han dejado un legado imborrable en mi persona, sin dejar de lado el humanismo y no olvidar de dónde venimos.

A pesar de todo, y el sufrimiento de la vida como tal, doy gracias por estar con los míos, por vivir un día a la vez y no morir en el intento. Este título también va por mi madre que luchó para que no me faltara nada. Le debo total admiración y respeto porque nunca dudó de mi potencial.

El destino me ha llevado donde nunca imaginé y seguiré estudiando hasta lograr mis objetivos.

“Una educación desde la cuna hasta la tumba, inconforme y reflexiva, que nos inspire un nuevo modo de pensar y nos incite a descubrir quiénes somos en una sociedad que se quiera más a sí misma.”

Gabriel García Márquez.

# ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	5
RESUMEN.....	7
INTRODUCCIÓN .....	8
SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA .....	9
Antecedentes .....	9
Situación actual .....	10
INFORMACIÓN DE LA EMPRESA.....	12
OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	13
GENERAL 1 .....	13
GENERAL 2 .....	13
FODA.....	14
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	15
RESUMEN DE ANÁLISIS .....	16
Competencia.....	16
BUYER PERSONA .....	17
CANALES DIGITALES.....	20
Red social base.....	20
LÍNEAS DE CONTENIDO .....	21
KIP'S A MEDIR .....	22
CALENDARIO DE CONTENIDO .....	23
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	32
ANEXOS.....	33

## **RESUMEN**

El siguiente trabajo se desarrolla desde como la praxis laboral en posicionamiento de marca personal que se pueden fortalecer y profesionalizar para poder tener un mayor respaldo en Marketing Digital, ya que este es uno de los principales procesos por los cuales se impulsa una marca como tal. La estrategia presentada despliega desde la parte teórica, procesos por los cuales se hace el uso adecuado de redes sociales y plataformas digitales; dando pauta para usarlas como herramientas que contribuyen al crecimiento de marcas personales desde el mundo digital. No obstante, debe ir acompañado de un plan estratégico que favorezca al fortalecimiento de esta y que sea un proceso de innovación constante. En este sentido, y para llevar a la práctica los conocimientos brindados por la academia, la herramienta digital de base es una red social; presentado la versatilidad que tiene y cómo desde sus funciones se puede elaborar un amplio posicionamiento digital.

Palabras clave: Asesorías; Consultas; Marketing Digital; Posicionamiento; SEO; Estrategia Digital; El Salvador; Redes Sociales; Comunicaciones.

## INTRODUCCIÓN

Los procesos comunicacionales han pasado grandes transformaciones de connotación social, y la humanidad como debe adaptarse a las nuevas formas de escuchar, expresar ideas o incluso el poder expresar desde la parte no verbal o emocional interna del individuo.

Actualmente, estos procesos rompen la brecha comunicacional, ya que por medio de los avances en las Tecnologías de Comunicación e Información (TIC) se ha logrado establecer interacciones sociales desde la virtualidad; y este proceso comunicativo se ha afianzado y brindado nuevas formas de expresión verbal y no verbal muchas veces con hacer “*clic*” en un aparato electrónico.

Al tener en cuenta esto, la digitalización en pleno siglo XXI ha alcanzado niveles inimaginables de comunicación; y más allá que sea para el simple hecho de comunicar ha pasado a ser parte fundamental de divulgación de ideas; ya sean esta para comunicar pensamientos personales o incluso, para que desde las grandes corporaciones industriales posicionan marcas específicas.

Mientras se desglosa este análisis, es indiscutible que casi cualquier persona con acceso a tecnología e internet puede divulgar hasta su más mínimo pensamiento o postura sobre su contexto o realidad social.

Por ello, las estrategias de marketing digital hoy son indispensables para cualquier marca, empresa u organizaciones, ya que todas buscan un solo fin: ser las primeras a las cuales las personas tomen como referencia para consumir ya sea de forma material o ideológica.

Este trabajo “ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL: GARTEZ,

presenta parte del proceso por el cual la marca adaptó un modelo en el que se pueda presentar una propuesta innovadora en formato digital, y que se ajusta a los requerimientos actuales por las cuales se maneja el mundo de las TIC’S.

## **SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA**

### **Antecedentes**

La marca personal Gartz se nace en el año 2023 con la prioridad de destacar en el mundo digital, promoviendo estrategias y brindando tips esenciales para hacer crecer las micro y pequeñas empresas en el Departamento de La Libertad, precisamente en el municipio de Santa Tecla, implementando metodologías enfocadas en el desarrollo de los comercios locales.

El proyecto se realizó con la intención de promover, dar a conocer y expandir comercios en la zona céntrica de Santa Tecla, así como procesos de inserción de marca creándose desde cero. Esta experiencia provocó la apertura de nuevos conocimientos en la rama del marketing digital y redes sociales, la cual se convierte en uno de los pilares para poder reconocer lo indispensable de tener un buen nivel de incidencia pública y poder generar un verdadero proceso de transformación en los diversos comercios.

Con ello, se marca el primer precedente en la marca Gartz que tiene como principal objetivo el crecimiento exponencial de las micro y pequeñas empresas que están en vía de desarrollo, dando el espacio de replantear el objetivo por el cual se desea trabajar. A partir de este momento se empieza a crear una nueva propuesta de incidencia estratégica y comunicacional, unificando procesos de innovación para las marcas trabajadas.

La experiencia de posicionamiento de marca se había establecido en la zona céntrica del municipio de Santa Tecla, pero a lo largo del proceso se trabajó con mejores ideas para el crecimiento de las empresas que necesitan ser desarrolladas con bases y pilares fundamentales, que sustentan y mantienen al público pendiente.

A esto se le suma la continuidad de procesos de formación académica universitaria, que es uno de los motivos por los cuales crece el interés de poder aplicar desde el ámbito profesional estrategias de marketing digital y redes sociales.

Una de las áreas a priorizar con ello es tener las bases teóricas, adquiriendo conocimientos y cimientos por los cuales debe desarrollarse debidamente el trabajo a fortalecer; y segundo que desde la marca Gartz se puedan impulsar otras marcas, conceptos o campañas que requieran

servicios profesionales en ámbitos específicos, o que se necesiten exclusivamente servicios profesionales comunicacionales en publicidad o marketing.

La marca personal ha logrado crear su propio logotipo, logrando posicionar a través de ella el profesionalismo con que cuenta la marca personal GARTEZ – CONSULTOR Y ESTRATEGA DIGITAL. Agregado a ello, se ha conseguido incursionar en ámbitos de producción digital; así como en la elaboración de estrategias digitales, campañas y consultorías comunicacionales para diversas Instituciones en el país.

### **Situación actual**

La marca personal ha logrado crear su propio logotipo, logrando posicionar a través de ella el profesionalismo con que cuenta la marca personal GARTEZ – CONSULTOR Y ESTRATEGA DIGITAL. Agregado a ello, se ha conseguido incursionar en ámbitos de producción digital; así como en la elaboración de estrategias digitales, campañas y consultorías comunicacionales para diversas Instituciones en el país.

El logotipo de la marca cuenta con los siguientes elementos:

- **GARTEZ:** Escrito en estilo molde, esta palabra es la combinación de mi apellido que es García en fusión con la palabra Arte.
- **Fondo blanco:** En los usos más cotidianos, el color blanco significa inocencia, pureza, igualdad y tranquilidad. Comúnmente es utilizado por la publicidad para sugerir la idea de la transparencia y limpieza.
- **Leyenda:** Tu opción en marketing digital.



---

Agregado a ello, el servicio de la marca se estipula tenga un alcance nacional, siguiendo una ruta estratégica con cada uno de los clientes según las necesidades que requiera cada contratación. Con estos elementos claros, se puede obtener una propuesta de marca que realmente tenga el impacto esperado y que se posicione como una empresa consultora enfocada en priorizar estrategias digitales que contribuyan al crecimiento de marketing digital.

## INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

Los servicios profesionales dividen en dos grandes rubros:

### **1. Elaboración de campañas comunicacionales.**

Las campañas comunicacionales se basan en realizar estrategias que permitan mayor alcance de la marca que se quiere impulsar y con ello crear contenido publicitario para productos o servicios. Agregado a ello, permite que las marcas tengan mayor notoriedad, ofrezcan innovación y se logren alcanzar las metas proyectadas a corto, mediano y largo plazo.

En el caso de GARTEZ – CONSULTOR Y ESTRATEGA DIGITAL, en este rubro se desglosan las campañas comunicacionales en estas áreas:

- Diseño de logotipo y línea gráfica de campaña comunicacional.
- Elaboración de artes gráficas (para redes sociales y sitios digitales).
- Diseño de materiales promocionales (materiales físicos).

### **2. Posicionamiento de marca.**

En el caso del posicionamiento de marca, se entiende como el plan de acción que lleva a la marca a quedar impregnada en la mente en las audiencias, sin importar si estas personas son clientes de la marca o no. La meta en este sentido es generar un impacto único y que tenga la capacidad de asociarse a algo específico, deseable y que sea identificable de forma inmediata.

Con ello, la marca GARTEZ – CONSULTOR Y ESTRATEGA DIGITAL basa su proceso de posicionamiento de marca ofrece los siguientes ámbitos de trabajo:

- Branding de marca.
- Producción y logística de eventos presenciales y virtuales.
- Producción de audiovisuales para medios tradicionales y digitales.
- Creación de contenido de valor.

## **OBJETIVOS DE LA EMPRESA**

### **GENERAL 1**

Aumentar el conocimiento de la marca en un 30% y la participación de la audiencia en redes sociales para Gartzel en los próximos 8 meses.

- ESPECIFICO 1.1.

Diseñar artes gráficas con formatos de marca personal que promuevan la interacción y llamadas a la acción (CTA) en ámbitos comunicacionales.

- ESPECIFICO 1.2.

Crear contenido de valor para la red social Instagram e incrementar el número de seguidores y nuevos clientes para la marca personal.

### **GENERAL 2**

Ampliar el reconocimiento de la marca Gartzel y duplicar la base de seguidores en las redes sociales en un 45% en los próximos 6 meses.

- ESPECIFICO 2.1.

Recopilar los trabajos realizados desde el lanzamiento de la marca y promocionarlos en formato digital para redes sociales.

- ESPECIFICO 2.2.

Planificar y ejecutar estrategia comunicacional para presentar los servicios y beneficios ofertados por la marca personal.

## FODA

El análisis del sistema FODA, es proceso de reconocimiento interno y externo, brindando parámetros de administración y de planificación para la marca. Con ello, se logra visualizar la situación real en la que está la empresa y poder planificar posibles estrategias para tener los resultados esperados por los involucrados en el mismo. En este sentido, la marca GARTEZ-CONSULTOR Y ESTRATEGA DIGITAL presenta su análisis FODA con los siguientes resultados de análisis:

### Fortalezas:

- Experiencia en elaboración de estrategias digitales.
- Directorio de clientes.
- Habilidades de diseño gráfico.

### Oportunidades:

- Reconocimiento nacional en el área de trabajo.
- Crecimiento estructural de la marca.
- Ampliación de productos y servicios.

### Debilidades:

- Falta de recursos tecnológicos y humanos
- saturación de agenda por demanda.
- No tener espacio físico para la oficina.

### Amenazas

- Competencia de marcas que trabajan en el rubro.
- Clientes ya no recurren a consultores externos.
- No seguir con la empresa por la situación económica.

## **ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

### **Masmarketing\_sv**

#### REPORTE

Es una Agencia de Marketing en El Salvador, trabajando con marcas que necesitan una base estratégica sólida de negocios, marketing y mercado digital.

#### DATOS DE LA MARCA

- Usuario: @masmarketing\_sv
- Seguidores en Instagram: 158

### **Mbmarketing\_sv**

#### REPORTE

Es una marca personal convertida en agencia de publicidad enfocada en Media Planner y Brand Engagement Strategist.

Su directorio de clientes se basa en el emprendedurismo ya que ella misma es una marca personal de esta índole, siendo conferencista en distintos foros públicos.

#### DATOS DE LA MARCA

- Usuario: @mbmarketing\_sv
- Seguidores en Instagram: 1767

## **RESUMEN DE ANÁLISIS**

### **Competencia**

Teniendo en cuenta el contenido de valor en la red social de Instagram, la competencia avoca a mantener cercanía con los clientes, sin dejar de producir material con contenido de valor en cada una de ellas. La experiencia comunicacional de trabajar en entornos públicos crea sintonía con lo que quiere el cliente y como quiere reflejarse a las audiencias.

Eso sí, la mayor competencia son las agencias bien posicionadas en el entorno, por ello es necesario recurrir a la revisión de directorio de clientes institucionales y cómo estos pueden ser un trampolín para llegar a otras empresas u organizaciones que a través de sus redes sociales promocionen la marca personal y que sigan fidelizados con el trabajo de Gartz - Consultor y Estratega Comunicacional.

## **BUYER PERSONA**

### **Buyer persona 1: Berenice Gonzáles**

Forma parte de una Organización no Gubernamental (ONG), en el cargo de Gerente de Educación e Innovación Educativa. Ha sido responsable de proyectos a nivel nacional en los cuales son necesarias contrataciones externas para visibilización e incidencia comunicacional.

#### Características:

- Rango de edad: 36-45 años.
- Género: Mujer.
- Estado civil: Casada
- Departamento de residencia: Sonsonate.
- Departamento de empleo: San Salvador.
- Grado académico alcanzado: Licenciatura

#### Temores:

- No poder cumplir con los tiempos estipulados en los cronogramas de proyectos.
- Que las campañas de visibilización no logren su objetivo con el público meta.
- Que las personas contratadas no cumplan con los Términos de Referencia (TDR)

#### Pasatiempos:

- Le gusta convivir con diversos grupos de personas/comunidades.
- Viaja constantemente a zonas del interior del país.
- Interesada en temas que aborden políticas educativas.

## **Buyer persona 2: Alexis Salmerón**

Es el jefe de Mercadotecnia de una empresa privada dedicada principalmente a la venta de repuestos para automóviles. Está a cargo de la visibilización de la campaña de marca empresarial y de temporadas. El trabajo lo realiza con una persona más en el área y con la contratación de una agencia publicitaria externa.

### Características:

- Rango de edad: 26-35 años
- Género: hombre.
- Estado civil: Acompañado
- Departamento de residencia: San Salvador.
- Departamento de empleo: San Salvador.
- Grado académico alcanzado: Licenciatura

### Temores:

- Que las campañas promocionales no tengan el impacto deseado en ventas.
- No subir la cantidad de nuevos clientes (independientes o empresariales).
- No tener alcance, interacciones y ventas a través de las redes sociales.

### Pasatiempos:

- Le apasionan los automóviles, en especial los europeos y de competencia.
- Experto de juegos de vídeo en consolas y PC.
- Ver películas de estreno de su interés en el cine.

### **Buyer persona 3: Diana Torres**

Ella es Diseñadora Gráfica y es especialista en moda y maquillaje. Sus redes sociales son primordiales para los contratos de embajadora de marca que realiza, siendo estas la base de sus ingresos económicos. Ha creado contenido personal, pero no ha tenido el impacto como lo hace con colaboraciones empresariales.

#### Características:

- Rango de edad: 18-25 años
- Género: Mujer.
- Estado civil: Soltera.
- Departamento de residencia: La Libertad.
- Departamento de empleo: San Salvador.
- Grado académico alcanzado: Técnico.

#### Temores:

- Que las empresas solo la busquen por su aspecto físico y no por la calidad de su contenido.
- Que pueda estar en medio de controversias en redes sociales.
- No saber cómo innovar su marca personal y no obtener nuevos contratos empresariales.

#### Pasatiempos:

- Le gusta realizar nuevos estilos en tendencia de maquillaje.
- Le gusta leer libros relacionados a magia y suspenso.
- Realiza ilustraciones de su vida cotidiana.

## **CANALES DIGITALES**

### **Red social base**

Como parte de un gran análisis en redes sociales, se establece que la marca personal Garteiz – CONSULTOR Y ESTRATEGA DIGITAL se posicionará a través de la red social INSTAGRAM.

Esta decisión se toma ya que se nota un incremento de público que está ligada a l rubro que hemos optado. Además, se ha fortalecido el perfil y el número de interacción y seguidores ha crecido de forma orgánica.

La red social brinda muchas opciones de presentación de contenido gráfico y audiovisual, siendo una de las más completas hasta el momento. La parte visual es uno de los grandes referentes en la plataforma, y el factor de enganche para los usuarios es indispensable si deseamos posicionar la marca.

También, permite categorizar el contenido sabiendo cual es la intención de cada publicación, permitiendo que las publicaciones sean de distinta naturaleza sin salir de la idea inicial que queremos transmitir. La facilidad de la aplicación hace que los clientes tengan este efecto de cercanía con la marca y tener un contacto directo si desea contratar los servicios profesionales.

## LÍNEAS DE CONTENIDO

Branding	Interacción	Valor	Ventas
<p>Posicionamiento profesional de marca personal y como Gartz a través de medios digitales.</p>	<p>Acercamiento con los usuarios a través de las llamadas a la acción (CTA) y generar lazos de intereses personales con la marca.</p>	<p>Creación de nuevos conocimientos en consultorías y marketing digital para fidelización con la marca.</p>	<p>Generar oferta y demanda en productos y servicios, así como promocionar paquetes en oferta de la marca.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Historia de la marca.</li> <li>✓ Productos y servicios actualizados.</li> <li>✓ Acciones de incidencia pública.</li> <li>✓ Posicionamiento actual de marca.</li> <li>✓ Actualización de línea gráfica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Respuesta a comentarios.</li> <li>✓ Publicaciones cta.</li> <li>✓ Contacto personal por dm.</li> <li>✓ Encuestas.</li> <li>✓ Monitoreo de conocimientos de usuarios y clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Consejos de marketing.</li> <li>✓ Crecimiento profesional.</li> <li>✓ Importancia de las estrategias digitales.</li> <li>✓ Beneficios al consumir la marca.</li> <li>✓ Fidelización por la marca.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Paquetes exclusivos servicios.</li> <li>✓ Oferta en productos seleccionados.</li> <li>✓ Promociones de temporada.</li> <li>✓ Descuentos por fidelización.</li> <li>✓ Cotización de costos personalizados.</li> </ul>

## KIP'S A MEDIR

<b>OBJETIVO GENERAL 1</b> <b>POSICIONAMIENTO DE LA MARCA</b>	
<p><u>ESPECÍFICO 1.1.</u></p> <p>Diseñar artes gráficas con formatos de marca personal que promuevan la interacción y llamadas a la acción (CTA) en ámbitos comunicacionales.</p>	<p><u>ESPECÍFICO 1.2.</u></p> <p>Crear contenido de valor para la red social Instagram e incrementar el número de seguidores y nuevos clientes para la marca personal.</p>
<p><u>KPI'S 1.1.1</u></p> <p>Cantidad de interacciones y alcance obtenido por cada una de las publicaciones CTA.</p>	<p><u>KPI'S 1.2.1</u></p> <p>Cantidad de nuevos seguidores obtenidos en la aplicación.</p>

<b>OBJETIVO GENERAL 2</b> <b>EXPONER TRABAJO REALIZADO</b>	
<p><u>ESPECÍFICO 2.1.</u></p> <p>Diseñar artes gráficas con formatos de marca personal que promuevan la interacción y llamadas a la acción (CTA) en ámbitos comunicacionales.</p>	<p><u>ESPECÍFICO 2.2.</u></p> <p>Crear contenido de valor para la red social Instagram e incrementar el número de seguidores y nuevos clientes para la marca personal.</p>
<p><u>KPI'S 2.1.1</u></p> <p>Cantidad de usuarios que visualizan e interactúan en publicaciones de antecedentes de trabajos o identificados con la marca.</p>	<p><u>KPI'S 2.2.1</u></p> <p>Número de likes, comentarios y mensajes directos al perfil interesados en productos de la marca.</p>

## CALENDARIO DE CONTENIDO

El calendario de contenidos puede variar según las necesidades de la marca, llegando a tener variaciones de tiempo para publicitar piezas gráficas. En este sentido, desde la marca GarteZ - CONSULTOR Y ESTRATEGA DIGITAL, se ha estipulado generar un calendario de contenido cada quince días, esto con la finalidad de adaptarse a la situación del contexto en el que está focalizada el público meta, o por si necesitan hacer ajustes de última hora con algún material en específico.

A continuación, se presenta una propuesta de calendarización por un periodo de 15 días, trabajado de la siguiente manera:

- **Tiempo de calendarización:** Quincenal.
- **Red social:** Instagram / @garteZ\_marketing1919/
- **Publicaciones en Feed:** Una publicación diaria.
- **Publicación para Historias IG:** Hilo de dos publicaciones cada tres días.
- **Publicaciones de Reels:** Un video Reels de 30 segundos cada quince días.
- **Artes gráficos estipulados:** (Ver anexos)
- **Keywords a utilizar:**
  - ✓ #Consultor
  - ✓ #MarketingDigital
  - ✓ #EstrategaDigital
  - ✓ #Comunicaciones
  - ✓ #Asesorías
  - ✓ #ElSalvador
  - ✓ #PosicionamientoSEO

DÍA	HORA	TIPO DE CONTENIDO	FORMATO	COPY	N° DE PIEZAS GRÁFICAS
Día 1	17:00 PM	Branding	Post en feed	<p>¡Nueva imagen! Gartez, Consultor y Estratega Digital llega a usted con actualización de servicios en #PosicionamientoSEO de marcas personales y empresariales.</p> <p>#EstrategaDigital</p> <p>#ElSalvador</p>	1
Día 2	16:00 PM	Valor	Post en feed	<p>¿No sabes por dónde empezar tu estrategia digital? Haz una lluvia de ideas de cuáles son tus metas a corto, mediano y largo plazo y con ello puedo ser tu #EstrategaDigital para impactar de forma profesional en lo que necesites. Escíbeme por DM para brindarte una #asesoría especializada.</p> <p>#PosicionamientoSEO</p> <p>#MarketingDigital</p>	2

Día 3	10:00 AM	Interacción	Instagram stories	****	3
	16:00 PM	Ventas	Post en feed	<p>¡Invierte en tu marca! Te presento las mejores ofertas en paquetes #PosicionamientoSEO y #MarketingDigital.</p> <p>Cotiza ahora por DM y conoce a detalle la promoción del mes. #Comunicaciones</p> <p>#Asesorías</p>	4

Día 4	17:00P M	Branding	Post en feed	<p>El trabajo habla por sí solo. Surge el sueño de poder impactar cómo #marketingdigital en espacios de impacto social desde las #Comunicaciones. Hoy, lo hago para ti y tú marca personal o empresarial.</p> <p>#Consultor</p> <p>#EstrategaDigital</p>	5
-------	----------	----------	--------------	--	---

Día 5	16:00P M	Valor	Post en feed	<p>Dominio de marcas en redes sociales.</p> <p>En tiempo de post-pandemia la interacción digital ha sido esencial para posicionar marcas personales o empresariales. Es momento que la tuya tenga alto impacto, por ello solicita #Asesorías especializadas en #MarketingDigital y así lograrlo.</p> <p>#PosicionamientoSEO</p> <p>#EstrategaDigital</p>	6
Día 6	10:00 AM	Branding	Instagram stories	****	7.1 / 7.2
	16:00 PM	Ventas	Post en feed	<p>Se viene semana santa y también descuentos de temporada para tu marca.</p> <p>Escríbeme por DM para conocer los descuentos del 15% en servicios profesionales de #MarketingDigital y #Advocacy de marca personal o empresarial.</p> <p>#Comunicaciones</p> <p>#ElSalvador</p>	8

Día 7	17:00 PM	Interacción	Post en feed	<p>Giveaway ¡Una imagen habla más que mil palabras!</p> <p>Gana 5 piezas visuales/fotográficas para tu marca personal o empresarial. Menciona en una frase porque tú marca impacta en #ElSalvador, comparte este post en historias y ¡listo! Ya estas participando para crecer en #PosicionamientoSEO y en las #Comunicaciones con clientes potenciales de tu marca. Fecha de sorteo: 16 de abril por IG LIVE.</p>	9
Día 8	16:00 PM	Valor	Post en feed	<p>#Advocacy en tiempos digitales.</p> <p>Muchas veces no reconocemos la importancia de las vocerías, esta es esencial porque es la portada de tu marca personal o institucional. Puedo brindarte #Asesorías calificadas y verás cómo atraes a tu audiencia al máximo.</p> <p>#PosicionamientoSEO</p> <p>#Consultora</p>	10
	10:00 AM	Interacción	Instagram stories	*****	11.1/ 11.2

Día 9	16:00 PM	Ventas	Post en feed	<p>¡Weekend de descuentos! Solo este fin de semana, recibe un 20% de descuento en productos de campañas comunicacionales. Escribe por DM para conocer a detalle el trabajo que necesitas en #MarketingDigital.  #Consultora #EstrategaDigital</p>	12
Día 10	17:00 PM	Branding	Post en feed	<p>¡Googlea tu marca! Es increíble la sensación de aparecer primero en los motores de búsqueda en la web, cuando lo haces sabes que necesita tú marca para impactar en #Advocacy #PosicionamientoSEO. Puedo brindarte #Asesorías en #MarketingDigital para que tú marca sea de impacto en la red, escíbeme por DM.  #Consultora #EstrategaDigital</p>	13
Día 11	16:00 PM	Ventas	Post en feed	<p>Inicio de semana con promociones de lujo.  Conoce las ofertas en servicios profesionales para campañas de marcas y asegura desde ya el #PosicionamientoSEO que puedes lograr en tus producciones visuales o presenciales.  #MarketingDigital. #Consultora #EstrategaDigital</p>	14

	10:00 AM	Interacción	Instagram stories	****	15.1 / 15.2
Día 12	16:00 PM	Valor	Post en feed	<p>Estrategias digitales a la vanguardia.</p> <p>Las estrategias en #PosicionamientoSEO es fundamental si queremos ser de los primeros a quienes busquen para brindar productos o servicios de nuestras marcas. Y la innovación o branding en campañas específicas serán nuestro fuerte si sabemos las necesidades de nuestros clientes. Escríbeme por DM si necesitas #Asesorías especializadas en el área.</p> <p>#Consultora #EstrategiaDigital</p>	16
Día 13	17:00 PM	Ventas	Post en feed	<p>¿Necesita algo más? A veces necesitamos productos específicos para potenciar campañas en #Comunicaciones o en #PosicionamientoSEO de marcas personales o empresariales. Escríbeme por DM para cotizaciones personalizadas, será un placer ayudarte.</p> <p>#MarketingDigital #ElSalvador</p>	17

Día 14	16:00 PM	Interacción	Post en feed	<p>Giveaway ¡Una imagen habla más que mil palabras! Quedan pocos días para que puedas ganar 5 piezas visuales/fotográficas para tu marca personal o empresarial. Escribe en una frase porque tú marca impacta en #ElSalvador y comparte este post en tus historias. Fecha de sorteo: 16 de abril por IG LIVE.</p> <p>#MarketingDigital</p> <p>#Comunicaciones</p>	18
Día 15	10:00 AM	Valor	Reels	<p>¿Para qué nos sirve el posicionamiento de marcas?</p> <p>Aumenta la fidelidad de los clientes.</p> <p>Mejora en los ingresos económicos.</p> <p>El reconocimiento de marca ante otros competidores en el rubro en el que se encuentra.</p> <p>El compromiso de la productividad organizacional.</p> <p>#Asesorías</p> <p>#PosicionamientoSEO</p> <p>#Marketing</p>	19
	16:00 PM	Branding	Post en feed	<p>El compromiso y el trabajo de #Gartez ha sido una estrategia de posicionamiento para organizaciones en #ElSalvador, logrando impactar en espacios regionales y dejando huella</p>	20

				<p>en cada una de las #Asesorías comunicacionales.</p> <p>La trayectoria habla por sí sola, gracias por formar parte de la marca @gartezenmarketing1919/</p>	
--	--	--	--	--	--

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bordonaro, A. (16 de junio de 2021). *WRIKE a citrix company*. Obtenido de <https://www.wrike.com/es/blog/como-crear-un-calendario-editorial/>

Brenes, P. S. (20 de 05 de 2022). *Impetus*. Obtenido de <http://impetusr.com/comunicacion-digital/la-comunicacion-en-la-era-digital/>

Falcó, C. P. (2022). *Branward*. Obtenido de <https://branward.com/branderstand/posicionamiento-de-marca/>

*KONTACTO - Tecnología, Marketing y Comunicaciones*. (Septiembre de 2021). Obtenido de <https://www.kontacto.cl/contenidos/blog/que-es-un-calendario-de-contenidos>

REZZÓNICO, R. (01 de febrero de 2020). *MED Digital MKT*. Obtenido de <https://www.meddigitalmkt.com/comunicacion/>

## ANEXOS

Pieza gráfica 1



pieza gráfica 2




Pieza gráfica 3




Pieza gráfica 4



Pieza gráfica 5



**¡Tu opción en marketing digital!**

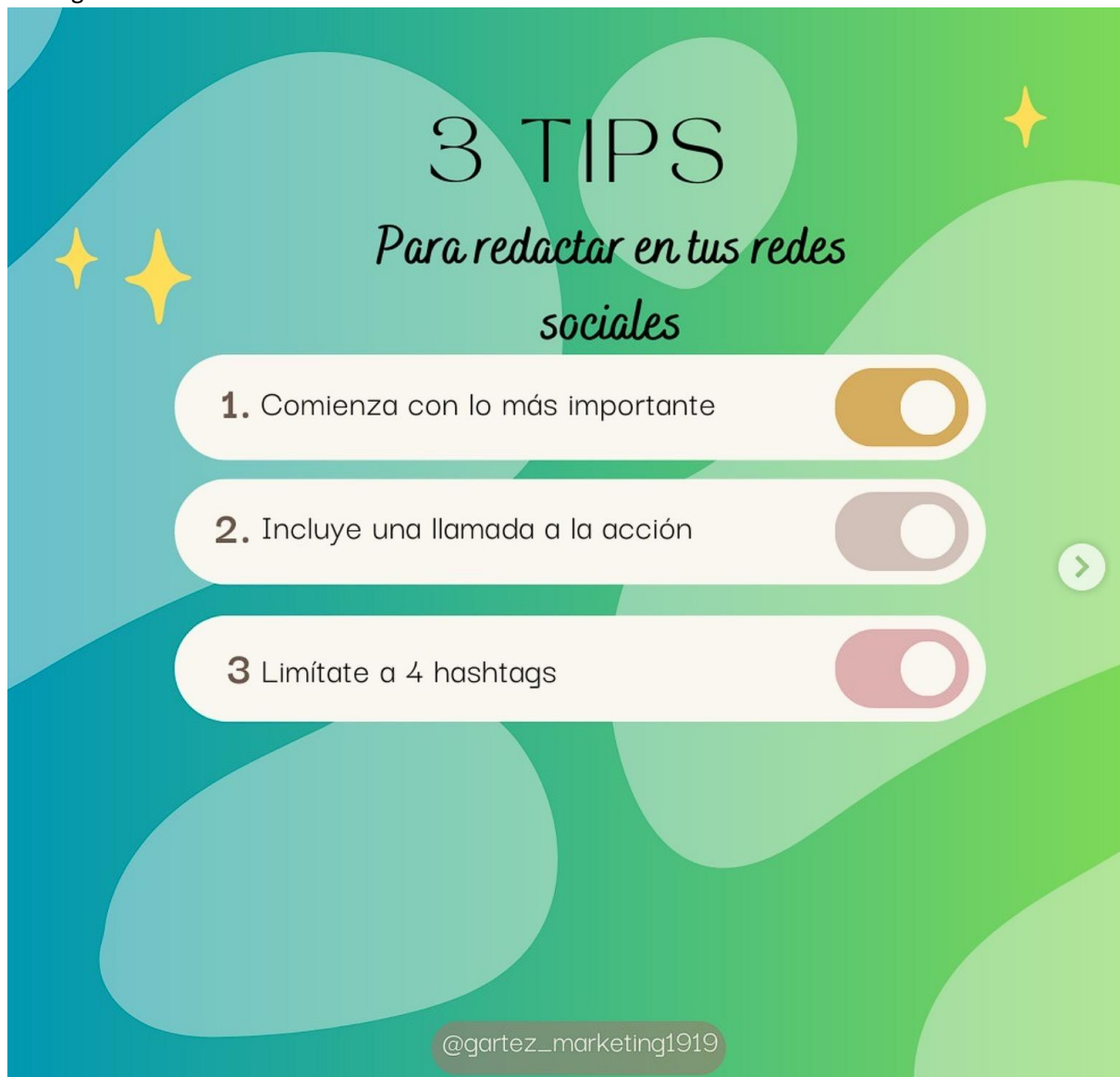


Pieza gráfica 6

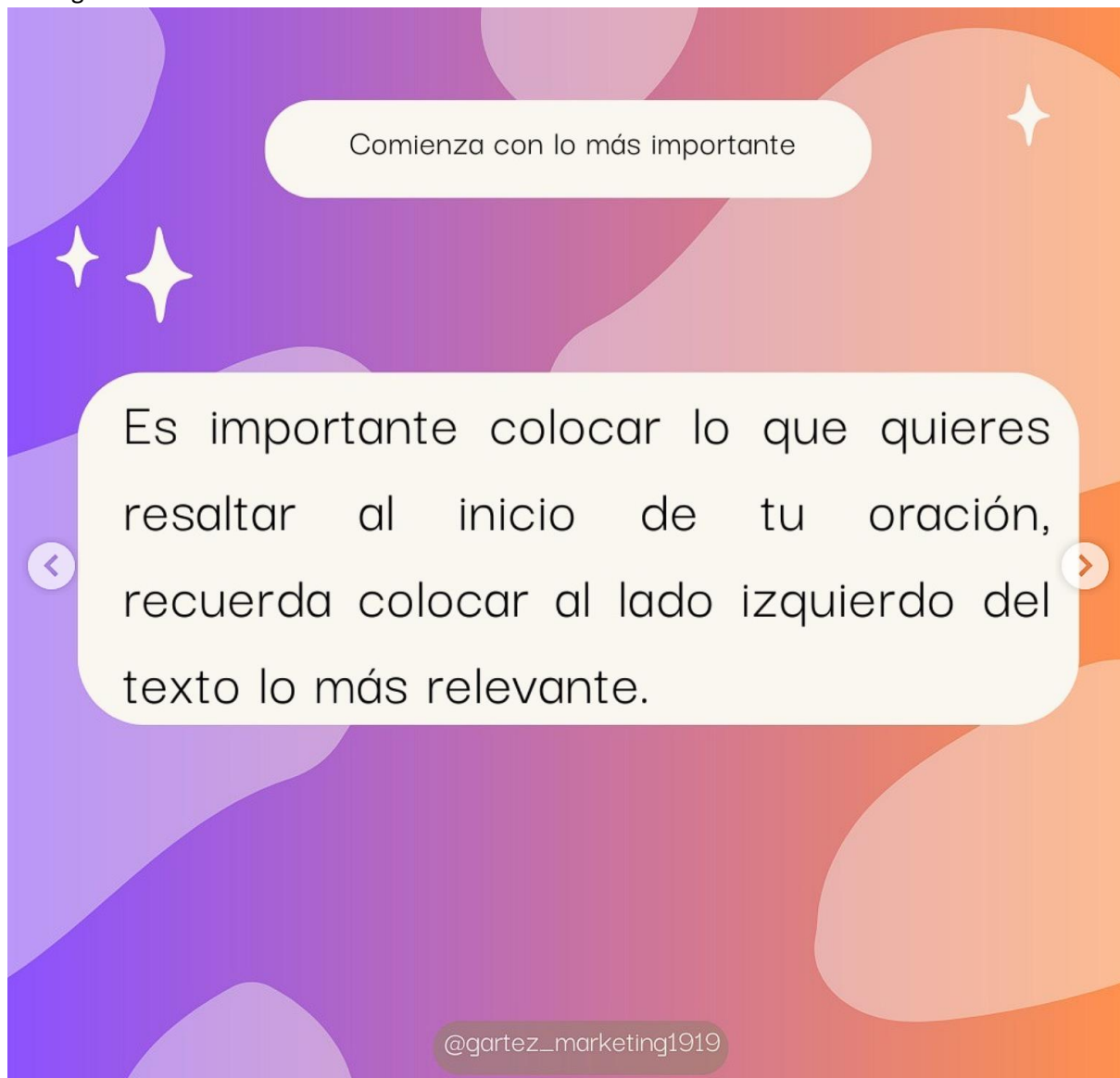


Pieza gráfica 7

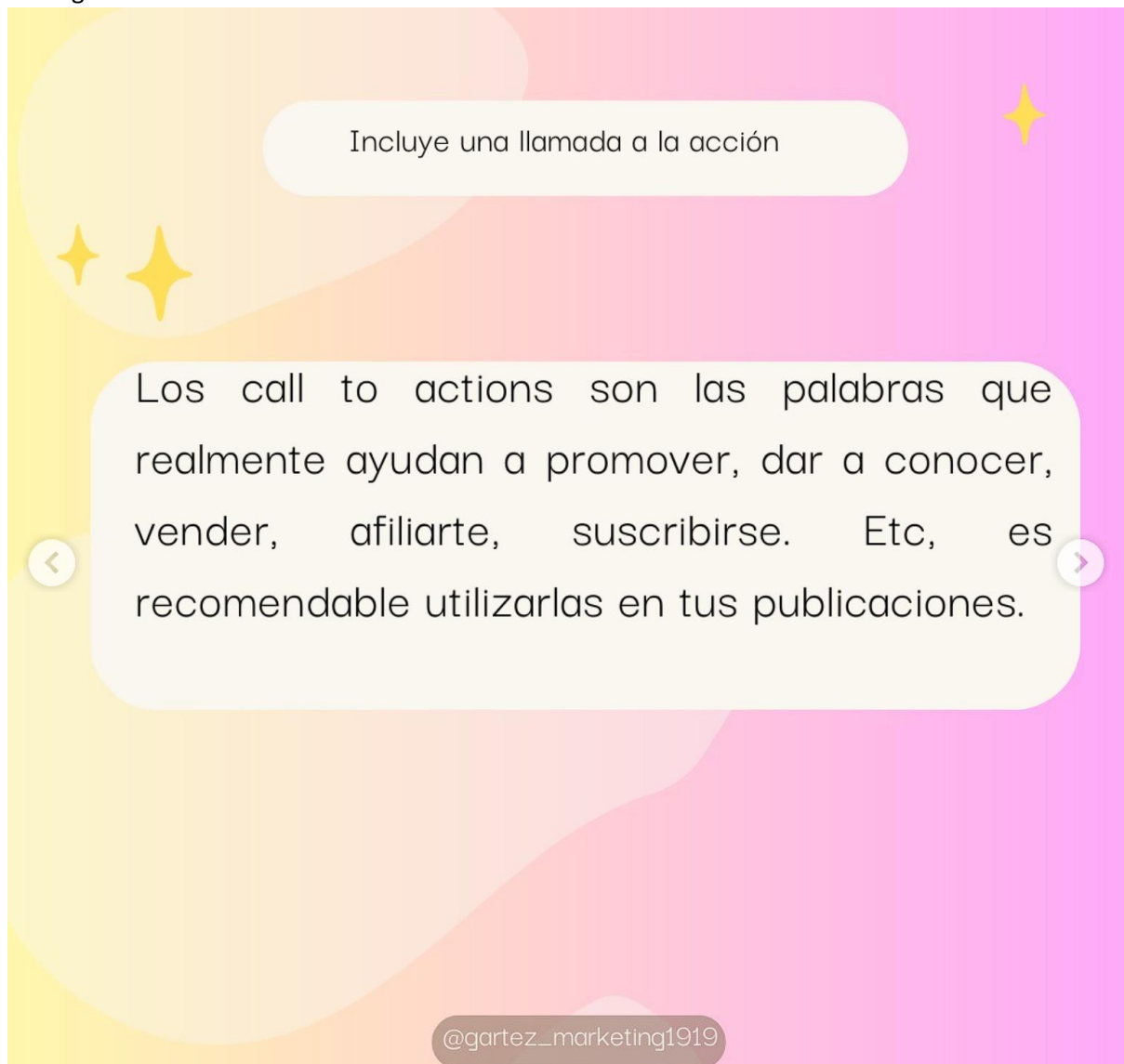




Pieza gráfica 8.1



Pieza gráfica 8.2



Pieza gráfica 8.3

