

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



**TÍTULO:**

**ESTRATEGIA DE MARKETING DE MARCA PERSONAL DE: ILSIA PORTILLO**

**PRESENTADO POR:**

**CARNÉ:**

**ANGELO SAMUEL LANDAVERDE CAMPOS**

**LC19026**

**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, NOVIEMBRE 2024.**

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA

**RECTOR**

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN MATA

**VICERRECTORA ACADÉMICA**

MAESTRO ROGER ARMANDO ARÍAS ALVARADO

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

LICENCIADO PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

**SECRETARIO GENERAL**

LICENCIADO CARLOS AMILCAR MEJÍA RIVERA

**FISCAL GENERAL**

LICENCIADO LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE

**DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

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

MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA

**DECANO**

MAESTRA MARÍA CRUZ JURADO

**VICEDECANA**

MAESTRA NATIVIDAD DE LAS MERCEDES TESHÉ PADILLA

**SECRETARIA**

MAESTRA. SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

**DIRECTORA DE ESCUELA DE POSTGRADO**

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

LICENCIADO EDIS EDGARDO MONGE

**JEFE DEL DEPARTAMENTO**

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN**

## AGRADECIMIENTOS

Primero, quiero expresar mi gratitud a nuestro Padre Dios por permitirme concluir esta bella fase de mi vida durante mis estudios universitarios, proporcionándome paciencia, conocimiento e inteligencia a lo largo de este trayecto y de esta manera alcanzar mi meta que tuve desde los 12 años, en los talleres de la Casa de la Cultura de Suchitoto, adquiriendo el título de licenciatura en Periodismo.

Además, deseo expresar mi gratitud a mi familia materna por brindarme la oportunidad de alcanzar donde estoy hoy, brindándome siempre su respaldo incondicional y en particular a mi madre por hacer el gesto de darme parte de su salario para que pueda concluir la carrera con el objetivo cumplido.

Agradezco sinceramente a algunos familiares que estuvieron motivándome constantemente para salir adelante, a mis primos que estuvieron brindándome un respiro, a mi tía que hacía el sacrificio de irme a dejar en la madrugada al punto del bus, a mi abuelo que me ayudó en el transporte público y a mi abuela que a pesar de ya no estar en este mundo, estoy seguro que está orgullosa de su nieto.

Igualmente quiero dedicarle unas palabras de agradecimientos a mis dos perritas, Tutty y Quica, que sufrieron noches de desvelo por estar siempre pendiente de mí en los días de tareas agobiantes.

Finalmente, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a la Universidad de El Salvador, a la Facultad de Ciencias y Humanidades, docentes a los cuales fui su alumno, aprendiendo mucho de ellos y a las autoridades en general por su enorme labor que realizan dentro del alma máter abrirme sus puertas y brindarme la oportunidad de practicar una profesión que amo y disfruto desempeñarla.

## INDICE

RESUMEN.....	7
INTRODUCCIÓN .....	8
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA .....	9
INFORMACIÓN DE LA MARCA.....	11
FODA.....	12
ANÁLISIS DE FODA .....	14
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	15
BUYER PERSONA .....	20
OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	27
KPI'S.....	28
CANALES DIGITALES.....	29
LÍNEAS DE CONTENIDO .....	30
CALENDARIO DE CONTENIDO .....	31
BIBLIOGRAFÍA.....	42

[https://normas-apa.org/estructura/indice-tabla-de-contenido/#google\\_vignette](https://normas-apa.org/estructura/indice-tabla-de-contenido/#google_vignette)

## RESUMEN

Es evidente y no hace falta discutir que la tecnología ha sido una aliada a la clara y acelerada expansión sobre la distribución de distintos contenidos, llámese informativos, entretenimiento, educación y de otros tipos. Por lo tanto, es importante mostrar una imagen que represente positividad y frescura en el gran mundo del internet y las redes sociales ya que son parte de las estrategias que emplean distintas empresas, instituciones, organizaciones y figuras públicas en el marketing digital. En este trabajo se observa y muestra los pasos a seguir para la creación de lo que es la marca personal en redes sociales, con el objetivo claro que es posicionarse en el mundo digital, como en el rubro profesional en que se compite, como lo es el Community Management. Esta estrategia parte en analizar las múltiples competencias, crear objetivos a cumplir, priorizar y conocer las características que emplea la marca personal con la ocupación y uso de la herramienta FODA, la elaboración y estructuración de un calendario de publicaciones para redes sociales seleccionadas, describir las líneas de contenido y los Buyer Persona como clientes ideales que pueden ser potenciales.

**Palabras claves:** Community Management, marketing digital, redes sociales, marca personal, buyer persona, ventas.

<https://normasapa.in/>

## INTRODUCCIÓN

Este informe presenta un resumen de los conocimientos adquiridos en la especialización en Medios Digitales y RRSS, parte de la licenciatura en Periodismo, aplicando lo aprendido en la creación de una marca personal que consiga destacarse en las redes sociales.

Exploraremos la estrategia digital de Ilsa Portillo, una Community Manager experta en maximizar la presencia y el impacto de las marcas en línea. Abarcando la gestión de redes sociales, la creación de contenido relevante, y la interacción efectiva con la comunidad. Su enfoque integral asegura que la marca no solo sea visible, sino que también construya relaciones sólidas con su audiencia.

Este informe se estructura en secciones fundamentales para detallar la estrategia digital de la marca personal “Ilsa Portillo” como: 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 para la estrategia: Instagram y LinkedIn.

## SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

Ilsia Portillo, construyó su marca personal como Community Manager durante su especialización en Medios Digitales y RRSS, destacándose por su enfoque innovador y estrategias efectivas. Su identidad digital se consolidó al demostrar su habilidad para aumentar la visibilidad a través de una gestión creativa y analítica de redes sociales.

La marca “Ilsia Portillo”, cuenta con un perfil en Instagram y LinkedIn, estableciendo una identidad clara y única que la diferencie en un mercado saturado, como lo es el Community Manager, donde debe definir propuestas de valor y conocer a la audiencia es crucial para crear contenido relevante y atractivo.

Ilsia, ofrece gestión de redes sociales, creación de contenido, desarrollo de estrategias digitales y análisis de métricas, proporcionando un enfoque personalizado que optimiza el impacto de las campañas y asegura resultados medibles, gracias a su habilidad para adaptar estrategias a las necesidades específicas de cada cliente.

Lo que diferencia a Ilsia Portillo es su combinación de creatividad con un enfoque basado en datos. Su capacidad para innovar y adaptarse a las últimas tendencias, junto con su compromiso con la excelencia, la posiciona como una experta confiable en el campo, ofreciendo soluciones efectivas y relaciones duraderas con sus clientes.

### **Enlaces de la marca Ilsia Portillo:**

Instagram: <https://www.instagram.com/ilsiaportillo24?igsh=MWliazR5cDI5bmthZg%3D%3D>

LinkedIn: [https://www.linkedin.com/in/ilsia-portillo-734446165/?utm\\_source=share&utm\\_campaign=share\\_via&utm\\_content=profile&utm\\_medium=android\\_app](https://www.linkedin.com/in/ilsia-portillo-734446165/?utm_source=share&utm_campaign=share_via&utm_content=profile&utm_medium=android_app)

### **Logo de la marca:**



El logo se compone por el nombre y apellido de la marca personal, con sus respectivas iniciales en mayúsculas y la especificación del servicio principal que ofrece como lo es lo de Community Manager, es un logo que lo especialista lo llaman Imagotipo, ya que la imagen y texto van separados.

## **INFORMACIÓN DE LA MARCA**

La marca personal “Ilsia Portillo”, ofrece sus servicios como Community Managers en los distritos: San Salvador, Soyapango, Ilopango, San Martín, Mejicanos del departamento de San Salvador y el distrito de Suchitoto y Cojutepeque del departamento de Cuscatlán. Para contratar los servicios, debe notificar con anticipación de 2 semanas para la elaboración del plan empresarial proyectado.

### **Gestión de Redes Sociales**

Es un conjunto de acciones que se utilizan para promocionar un negocio. Se trata de monitorear todo lo que haces en esos lugares con el objetivo de mantener tus perfiles actualizados para poder atraer a más cantidad de clientes.

Precio: \$500 - \$1,000 al mes, dependiendo de la cantidad de plataformas y la frecuencia de publicación.

### **Creación de contenido**

Con el objetivo específico de lograr atracción de tráfico web y clientes potenciales a una empresa, marca o entidad. Ofrece información o entretenimiento y pueden ser difundidos por medio de canales o plataformas.

Precio: \$200 - \$500 por paquete de 10 publicaciones o contenido específico.

### **Análisis de métricas**

Medir y evaluar el desempeño de cualquier acción y mostrar si las estrategias están contribuyendo o no a los resultados de una empresa. Esta tarea es fundamental para Ilsia, ya que ahí se busca optimizar e impulsar estrategias.

Precio: \$150 - \$300 por mes, con informes detallados y recomendaciones para optimización.

## FODA

El análisis FODA es un método que fundamentalmente nos facilita la identificación del estado actual de las cosas una entidad, producto, servicio o proyecto dentro de un contexto o en un lugar específico. en el mercado. Su nombre se deriva de las siglas que constituyen la primera letra de las palabras siguientes: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. (Raeburn, asana, 2024)

### **Fortalezas:**

- **Experiencia y Conocimiento:** Amplia formación en marketing digital y experiencia práctica en Community Management.
- **Enfoque Personalizado:** Servicios adaptados a las necesidades específicas de cada cliente, ofreciendo soluciones a medida.
- **Creatividad e Innovación:** Desarrollo de contenido original y estrategias innovadoras que captan la atención de la audiencia.
- **Capacidad de Adaptación:** Habilidad para ajustarse rápidamente a cambios en tendencias y tecnologías digitales.
- **Red de Contactos:** Establecimiento de relaciones sólidas con clientes y profesionales del sector, lo que facilita la expansión de oportunidades.

### **Oportunidades:**

- **Crecimiento del Marketing Digital:** Expansión del mercado digital y mayor demanda de servicios de marketing en redes sociales.
- **Tendencias Emergentes:** Aprovechar nuevas tecnologías como inteligencia artificial y herramientas de análisis avanzado para ofrecer servicios más avanzados.
- **Nuevas Plataformas y Canales:** Explorar nuevas redes sociales y plataformas emergentes para captar una audiencia diversa.
- **Educación Continua:** Participar en cursos y certificaciones para mantenerse al día con las últimas tendencias y técnicas en marketing digital.
- **Colaboraciones y Asociaciones:** Establecer alianzas con otros profesionales y empresas para ampliar el alcance y diversificar los servicios ofrecidos.

**Debilidades:**

- Recursos Limitados: Posibles limitaciones en términos de personal y presupuesto para manejar múltiples proyectos a gran escala.
- Visibilidad Inicial: Dificultad para construir una reputación sólida y atraer clientes en un mercado altamente competitivo.
- Dependencia de Clientes Clave: Riesgo asociado a depender de un número limitado de clientes, lo que puede afectar la estabilidad financiera.
- No Saber más de un Idioma: Desafíos para comunicarse con clientes extranjeros que hablan otra lengua.
- Gestión del Tiempo: Dificultad para equilibrar la carga de trabajo entre la creación de contenido, la gestión de redes y el desarrollo de estrategias.

**Amenazas:**

- Competencia Intensa: Alta competencia de otros Community Managers y agencias de marketing, lo que puede dificultar la diferenciación.
- Cambios en Algoritmos y Políticas: Actualizaciones constantes en algoritmos de redes sociales y políticas de plataformas que pueden impactar la efectividad de las estrategias.
- Evolución Rápida del Sector: Necesidad de adaptarse continuamente a nuevas tendencias y tecnologías, lo que puede ser desafiante y demandante.
- Inestabilidad Económica: Factores económicos que podrían afectar el presupuesto de los clientes para servicios de marketing digital.
- Ciberseguridad y Privacidad: Riesgos asociados a la seguridad de datos y privacidad en línea que podrían afectar la confianza de los clientes y la efectividad de las campañas.

## ANÁLISIS DE FODA

La marca “Ilsia Portillo” con respecto al anterior cuadro de FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) logra tener una buena proyección, conocer del manejo sobre los Community Managers y redes sociales, siendo un empuje evidente para la creación de una buena estrategia elaborada y captar la atención de los nuevos clientes a la medida.

En la anticipación de las amenazas y debilidades se sabe que es una ayuda para proponer en la estrategia planeada una solución. Claramente se conoce que las múltiples competencias de marketing digital que existen en el país tienen una ventaja evidente, por el manejo que hacen en redes sociales y la amplia cantidad de clientes integrados en sus empresas.

El claro objetivo que la marca planea es ofrecer un servicio de calidad y personalizado, garantizando una mejora en las habilidades humanas.

Se tiene puntualizado que a mediano plazo se espera que la marca “Ilsia Portillo” sea sostenible y en un buen punto de estado, teniendo liquidez para adquirir nuevos equipos y de la calidad que se necesita para hacer un marketing digital a la altura de las circunstancias.

Asimismo, se proyecta dar la oportunidad de emplear a estudiantes universitarios de manera eventual o medio tiempo, tomando en cuenta que puedan seguir con sus estudios al pie de la letra. Para que estos ya tengan roces con este rubro y que tengan la experiencia suficiente para que ya al momento de ejercer esta labor sepan que están tratando.

## ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Esta sección trata en identificar y analizar a aquellos competidores de manera directa e indirecta de la marca persona de Ilsa Portillo, todas son marcas nacionales.

### 1. “QUDOX COMPANY”



LINK:<https://www.instagram.com/qudoxcompany?igsh=MWwwa2loZnoybmtqaQ%3D%3D>

LINK:<https://www.linkedin.com/company/qudoxcompany/>

Es una empresa salvadoreña reconocida por especializarse en Marketing Digital, ofreciendo cursos que tratan sobre ese mundo, centrando su objetivo en la creación de contenido para diferentes marcas. “Qudox Company”, cuenta con 12 años de experiencias en el rubro, coincidiendo y compartiendo labores con empresas reconocidas salvadoreñas.

#### En Instagram:

Cuentan con 2,650 seguidores y han realizado 116 posts, con un promedio de 30 – 140 interacciones.

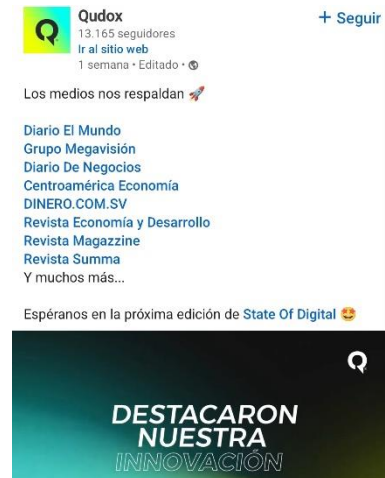
Mayormente en sus publicaciones se basan en hacer “reels”, dando a conocer los servicios que ofrecen, creando de tal manera contenido de valor, que son bien recibidos, ya que obtienen bastantes interacciones, comentarios y compartidos.



## En LinkedIn:

Cuentan con 13 mil seguidores, considerada como una de las más grandes empresas en marketing del país, el promedio de interacciones ronda entre las 15 – 60.

Estos hacen publicaciones de los eventos y reuniones que hacen como marca por todo el país, obteniendo una buena aceptación en las interacciones, aunque es tedioso porque todo su feed trata de los mismo.



## 2. “PLINK SOLUTIONS MARKETING”



LINK: <https://www.instagram.com/plinksolutions?igsh=MTA5dzAyaHBkZWsxNg%3D%3D>

LINK: <https://www.linkedin.com/company/plinksolutions/>

Es una empresa salvadoreña que se centra en brindar servicios de marketing digital y estrategias de publicidad, su oferta incluye desarrollo de campañas publicitarias, gestión de redes sociales, SEO y análisis de datos.

Plink Solutions Marketing fue fundada en 2015. Desde su inicio, la empresa se ha dedicado a ofrecer servicios de marketing digital y estrategias de comunicación para ayudar en sus estratégicamente a sus clientes

### En Instagram:

En esa red social cuentan con 331 seguidores y con un total de 361 publicaciones, es considerable tomar en cuenta que son más los posts que las personas que siguen la página, también el promedio de las interacciones ronda entre los 3 – 15.

En esta red social la mayoría de publicaciones se enfocan sobre el tipo de servicios de marketing que ofrecen a las empresas, y en los últimos meses han hecho guiños sobre lo nuevo de la inteligencia artificial, a pesar de casi 10 años en el sector, el contenido que suben recibe pocas interacciones.



### En LinkedIn:

Un total de 465 seguidores y alrededor de 2 – 10 trabajadores, tomando en cuenta otras empresas de marketing, está queda muy por debajo de los números, a pesar de que ya cuentan con un gran recorrido en ese ámbito.

El contenido que suben es prácticamente el mismo que en Instagram, siendo aburrido y por lo tanto eso provoca pocas interacciones.



### 3. GRUPO PLAN B



LINK: <https://www.instagram.com/gplanb?igsh=N3VyaG05Y3NpaHJv>

LINK: <https://www.linkedin.com/company/gplanb/>

Es una empresa en El Salvador que se especializa en publicidad y marketing. Ofrecen una variedad de servicios como gestión de marcas, estrategias de comunicación, publicidad digital, y desarrollo de campañas publicitarias.

Fundado en 2009, pero en el 2024 “Grupo Plan B” pasó de ser una agencia de Publicidad y Marketing Digital a ser un BusinessHub, ofreciendo soluciones innovadoras a sus clientes.

#### En Instagram:

Aquí cuentan con 1,286 seguidores con 315 publicaciones, es de destacar que han sabido conducir bien esta red social por parte de sus Community Managers, manteniendo una media entre 20 – 60 interacciones

En los últimos 3 meses han publicado los últimos cambios que han pasado, como ser en la actualidad un BusinessHub, siendo un cambio drástico pero novedoso, donde en los comentarios que reciben son de buenas vibras.



## En LinkedIn:

En este apartado cuentan con más de mil seguidores y entre 11 – 50 trabajadores, en sus publicaciones el total de interacciones es entre 10 – 30.

La mayoría de publicaciones que hacen en aquí son de ofrecer puestos de trabajos disponibles para los profesionales en Marketing Digital.



**Plan B Business Hub** + Seguir

1.290 seguidores  
1 mes · 🌐

La administración es, una práctica donde la gestión y la creatividad se encuentran.  
En Grupo Plan B buscamos Asistente... ver más

En Plan B buscamos:  
**Asistente Administrativa Recepción.**

- Profesional Técnico en Administración de empresas, contabilidad o carreras afines.
- Conocimiento intermedia o avanzado en procesos administrativos (Planeación, Organización, dirección, control)
- 1 año de experiencia comprobable
- Apasionados por lo que hacen, autodidactas, responsables, detallistas.
- Excelente presentación personal, buena comunicación oral y escrita.
- Disponibilidad inmediata.
- Capacidad de liderar, resolver conflictos y trabajar en equipo

Correo para aplicar:  
info@grupoplanb.com

**planb.**  
COMUNICACIÓN

## **BUYER PERSONA**

Un Buyer Persona supone partir del estudio de clientes reales para orientar estrategias de negocio y marketing capaces de conducir a la implicación, conversión y fidelización de nuevos compradores.

Desarrollar tus Buyer personas será un ejercicio fundamental para la creación de contenido, diseño de producto, seguimiento de leads, ventas y cualquier otra actividad que esté relacionada con la adquisición y retención de clientes de tu ecommerce u otro tipo de negocio. (Pursell, 2024)

BUYER PERSONA  
PARA INSTAGRAM

## Florentino Ferrara

### Datos Personales

Edad: 37 años.  
Ocupación: Fotógrafo profesional.  
Ubicación: Santa Tecla.  
Nivel Educativo: Licenciatura en Periodismo.  
Ingresos anuales: \$16.000.  
Estado civil: Casado, dos hijos.



### Perfil personal y profesional

Experiencia: Más de 10 años cubriendo los principales eventos parlamentarios.  
Habilidades: Experto en ángulos fotográficos.  
Limitaciones: Conocimiento leve de las nuevas cámaras.

### Motivaciones y objetivos

Motivaciones.  
Convertirse en el fotógrafo con más años en el parlamento.  
Objetivos.  
Fundar su propia revista fotográfica.

### Comportamiento y preferencia

- Participa en todas las plenarios.
- Comparte sus conocimientos con jóvenes fotógrafos.
- Sigue a fotógrafos conocidos a nivel mundial.

### Puntos de dolor

- Se siente presionado y preocupado con las habilidades de las nuevas generaciones de fotógrafos, que pueden hacerlo de lado.

### Frustraciones

Sensación de desconexión con sus familiares, ya que pasa más tiempo en el parlamento que con su familia.

### Cómo puede ayudarle la Especialista en Comunicaciones

- Contenido Educativo: Guías paso a paso para el uso de nuevas cámaras fotográficas.
- Apoyo y Comunidad: Reuniones con otros fotógrafos parlamentarios donde pueda intercambiar experiencias .

BUYER PERSONA  
PARA INSTAGRAM

## Valentina Londoño

### Datos Personales

Edad: 26 años.  
Ocupación: Creadora de Contenido.  
Ubicación: Soyapango.  
Nivel Educativo: Licenciatura en Diseño Gráfico.  
Ingresos anuales: \$12,000.  
Estado civil: Soltera.



### Perfil personal y profesional

Experiencia: 3 años subiendo videos en sus redes sociales.  
Habilidades: Experta en lograr la atención en sus videos bien editados.  
Limitaciones: Conocimiento limitado en como expresarse.

### Motivaciones y objetivos

Motivaciones.  
Mantenerse en el nivel ideal de muchos creadores de contenidos.  
Objetivos.  
Desarrollar habilidades en la manera optima de expresión.

### Comportamiento y preferencia

- Participa en diferentes conferencias que todo creador de contenido se reúne para intercambiar opiniones.
- Se mantiene atenta a lo último para hacer contenido de eso.

### Puntos de dolor

Desafíos.  
Se siente presionada por la alta competencia de un sinfín de creadores similares al contenido que ella ejerce.

### Frustraciones

Dificultad de encontrar algo novedoso en un mundo donde hay creadores de contenido en todas partes.

### Cómo puede ayudarle la Especialista en Comunicaciones

- Inspiración y Casos de Estudio: Entrevistas con expertos salvadoreños que empezaron haciendo su contenido y ahora son top en la web.

BUYER PERSONA  
PARA INSTAGRAM

## Sandra Palma

### Datos Personales

Edad: 29 años.  
Ocupación: Diseñadora Gráfica.  
Ubicación: Mejicanos.  
Nivel Educativo: Licenciatura en Diseño Gráfico.  
Ingresos anuales: \$14,000.  
Estado civil: Casada, un hijo.



### Perfil personal y profesional

Experiencia: 5 años creando logotipos a empresas telefónicas en el país.  
Habilidades: Su creatividad en utilizar diferentes colores.  
Limitaciones: Realiza muchas improvisaciones innecesarias.

### Motivaciones y objetivos

Motivaciones.  
Restaurar el logo de una empresa de comunicaciones en el país.  
Objetivos.  
Promover cursos y talleres para jóvenes aprendices que quieran aprender diseño gráfico.

### Comportamiento y preferencia

- Se mantiene atenta a lo último para hacer contenido de eso.
- Utiliza LinkedIn donde ofrece sus servicios de diseñadora gráfica.

### Puntos de dolor

Desafíos.  
Se siente presionada al pensar que no podrá elaborar logos a otras empresas que no sean telefónicas.

### Frustraciones

Tristeza al pensar que todas las habilidades que posea como el saber elegir el color perfecto ahora son de las más comunes en el mundo del diseño gráfico.

### Cómo puede ayudarle la Especialista en Comunicaciones

- Contenido Educativo: Nuevas guías sobre lo más novedoso en el mundo del diseño gráfico.
- Apoyo y Comunidad: Ir a reuniones donde comparta su experiencia como diseñadora gráfica con otros que hacen la misma labor.

## Angélica Velasco

### Datos Personales

Edad: 30 años.  
Ocupación: Redactora multimedia.  
Ubicación: San Salvador.  
Nivel Educativo: Licenciatura en Periodismo.  
Ingresos anuales: \$8,000.  
Estado civil: Casada, una hija.



### Perfil personal y profesional

Experiencia: Más de 5 años como redactora en diferentes revistas.  
Habilidades: Experta en ortografía.  
Limitaciones: Problemas con su vista.

### Motivaciones y objetivos

Motivaciones..  
Comprender que con su habilidad ortográfica puede llegar a hacer guiones televisivos.  
Objetivos.  
Mostrar que con el paso del tiempo se mantiene siendo buena redactora.

### Comportamiento y preferencia

- Participa en foros y reuniones de redacción digital.
- Brinda sus habilidades ortográficas en diferentes universidades como la UES y UTEC, donde es invitada habitualmente.

### Puntos de dolor

- Se siente preocupada que la IA tome el control completo de las redacciones en el mundo.

### Frustraciones

Sensación de desconexión completa en un mundo donde la mayoría de jóvenes redactores prefieren hacer su trabajo en IA y no por propios medios.

### Cómo puede ayudarle la Especialista en Comunicaciones

Inspiración y Casos de Estudio: Historias de éxito de redactores que han triunfado como guionistas en la gran pantalla.

BUYER PERSONA  
PARA LINKEDIN

## Reynaldo Guzmán

### Datos Personales

Edad: 31 años.  
Ocupación: Editor de vídeos.  
Ubicación: Ilopango.  
Nivel Educativo: Licenciatura en Comunicaciones.  
Ingresos anuales: \$20,000.  
Estado civil: Soltero.



### Perfil personal y profesional

Experiencia: Más de 5 años siendo el editor de famosos youtubers latinoamericanos.  
Habilidades: Experto en editar rápido y de buena manera.  
Limitaciones: No cuenta con el equipo más moderno.

### Motivaciones y objetivos

Motivaciones.  
Llegar a ejercer con diferentes creadores de contenido.  
Objetivos.  
Empezar a crear contenido propio, en las diferentes redes sociales, dando a conocer el trabajo que realiza.

### Comportamiento y preferencia

- Sigue a diferentes editores.
- Se mantiene actualizado con cualquier cambio en las apps.
- Usa LinkedIn donde brinda su experiencia a los interesados.

### Puntos de dolor

Desafíos.  
Se siente presionado si no le dan el suficiente tiempo para realizar su trabajo.  
Se siente con temor al momento de presentarle la edición al youtuber.

### Frustraciones

- Sensación de tristeza ya que pasa mucho tiempo en la computadora y no comparte con sus mascotas.

### Cómo puede ayudarle a la Especialista en Comunicaciones

- Apoyo y Comunidad: Ir a foros donde comparta con diferentes personas que son editores de vídeos.
- Inspiración y Casos de Estudio: Entrevistas con expertos en la edición de vídeos, que han triunfado más allá de solo prestar su servicios a influencers, llegando a Hollywood.

BUYER PERSONA  
PARA INSTAGRAM

## Ezequiel Posada

### Datos Personales

Edad: 32 años.  
Ocupación: Agente de Publicidad y Marketing.  
Ubicación: San Salvador.  
Nivel Educativo: Licenciatura en Mercadeo  
Ingresos anuales: \$17,000.  
Estado civil: Soltero.



### Perfil personal y profesional

Experiencia: 5 años trabajando en publicidad en Siman.  
Habilidades: Experto en ideas creativas en campañas publicitarias.  
Limitaciones: Poca adaptación en los algoritmos de marketing.

### Motivaciones y objetivos

Motivaciones.  
Llegar a marcas de tiendas multinacionales donde pueda dar ideas en campañas publicitarias.  
Objetivos.  
Desarrollar una frase en SIMAN que quede impregnada al decir el nombre de esa tienda.

### Comportamiento y preferencia

- Participa en diferentes foros que traten sobre publicidad.
- Mantiene contactos claves de personas conocidas en el mundo del marketing digital.

### Puntos de dolor

Desafíos.  
Se siente presionado por la alta competencia que existe en la actualidad de agentes publicitarios con ideas más novedosas y fácil de desarrollar.

### Frustraciones

Dificultad de encontrar ideas novedosas para las campañas, provocándole estrés y ansiedad, que conlleva a calvicie.

### Cómo puede ayudarle la Especialista en Comunicaciones

Inspiración y Casos de Estudio: Entrevistas con expertos salvadoreños que empezaron haciendo campañas publicitarias y luego triunfaron afuera de las fronteras.

## **OBJETIVOS DE LA EMPRESA**

### **GENERAL 1**

Aumentar el tráfico de un 50% hacia el sitio web a través de publicaciones en redes sociales en un lapso de 2 meses.

#### **ESPECÍFICO 1.1**

Evaluar el desempeño de todas las publicaciones y si estas están funcionando para los objetivos que se quieren obtener.

#### **ESPECÍFICO 1.2**

Elaborar un calendario de planificación y ejecución de contenido para cada red social (Instagram y LinkedIn) para los próximos 15 días.

### **GENERAL 2**

Obtener 4 contratos de servicios de la marca para los próximos 3 meses.

#### **ESPECÍFICO 2.1**

Implementar publicaciones con contenido con enlaces a la web, branding y ventas en Instagram y LinkedIn, para la marca.

#### **ESPECÍFICO 2.1**

Recompensar a los trabajadores que recomienden la marca y cierren contratos de los servicios ofrecidos por medios de comisiones.

## **KPI'S**

KPI viene de la sigla en inglés para Key Performance Indicator, o sea, Indicador Clave de Actuación. Es una forma de medir si una acción o un conjunto de iniciativas están efectivamente atendiendo a los objetivos propuestos por la organización. (Coutinho, 2015)

- ❖ Alcance de las publicaciones en diferentes plataformas sociales.
- ❖ Número de usuarios que ven e interactúan con las publicaciones de la marca.
- ❖ Incrementar la red de contactos en LinkedIn.
- ❖ Cantidad de nuevos seguidores ganados en Instagram.
- ❖ Total, de "me gusta", comentarios y mensajes directos recibidos en el perfil de Instagram.

## CANALES DIGITALES

Se decidió trabajar esta estrategia en dos redes, las cuales son Instagram y LinkedIn, por las siguientes razones:

### En Instagram:

Porque es una plataforma altamente visual que permite a los Community Managers mostrar su creatividad a través de contenido gráfico, videos y stories. Esto es ideal para demostrar habilidades en diseño, marketing visual y gestión de contenido.

Además, Instagram tiene una audiencia diversa en términos de edad y ubicación, lo que facilita conectar con diferentes segmentos del mercado y potenciales clientes.



### En LinkedIn:

Por el profesionalismo y networking, ya que es la principal red profesional, ideal para establecer una reputación como experto en el campo. Permite conectar con otros profesionales, empresas y potenciales clientes de una manera más formal y enfocada en el networking.

Además, por las oportunidades de empleo y colaboraciones, a través de LinkedIn, los Community Managers pueden buscar oportunidades laborales, colaboraciones y proyectos freelance, lo que facilita el crecimiento profesional.



## LÍNEAS DE CONTENIDO

La estrategia digital de la marca Ilesia Portillo, en Instagram y LinkedIn, utilizará 4 líneas de contenido.




La primera línea de contenido, es la de Contenido de Valor, siendo esta el pilar más importante de las 4 que se ocuparán.



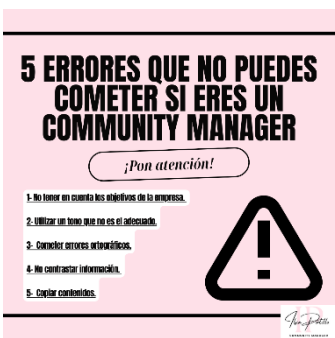
La segunda línea es Branding, que es para compartir la descripción de los servicios ofrecidos de la marca, forma de contactos, historia de la marca, para compartir consejos y datos importantes alrededor del marketing digital para aquellos que tengan el interés.




Asimismo, se observa una línea de venta que sea directa en presentar los precios de los servicios del marketing digital y algunas ofertas dependiendo la temporada como descuentos de paquetes. También, se presenta una línea que promueva la interacción de los usuarios para conocer los gustos de estos y las valoraciones que colocan en lo del trabajo en general.





Líneas de contenido			
Contenido de valor	Branding	Ventas	Interacciones
Apps que ocupan los Community Managers	Contactos	Promociones	Comentarios
Consejos	Descripción de servicios	Ofertas de temporadas	Compartidos
Educativos	Beneficios	Precios	Preguntas y respuestas
Laboral	Avisos importantes	Tendencias	Sugerir a amigos


## CALENDARIO DE CONTENIDO

<b>PUBLICACIONES EN INSTAGRAM</b> <b>DEL 07 AL 20 DE OCTUBRE DEL 2024</b>				
FECHA Y HORA	TIPO DE CONTENIDO	PILAR DE CONTENIDO	COPY	PIEZA GRÁFICA
Lunes 07 de octubre 9:00 am	Artículo de blog	Contenido de Valor	<p>"Transforma tu enfoque como Community Manager. Aprende a programar tus publicaciones con anticipación, analizar el rendimiento y mantener conversaciones efectivas. ¡Haz que cada interacción cuente y optimiza tu tiempo!"</p> <p>#ilsiaPortillo #RedesSociales</p>	 <p>HERRAMIENTAS DE GESTIÓN PARA REDES SOCIALES DE <b>Community Managers</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hootsuite</li> <li>• TweetDeck</li> <li>• Buffer</li> <li>• Agorasocial</li> <li>• Curata</li> <li>• Hootman Pro</li> <li>• FluxusOps</li> <li>• Coorzilla</li> </ul> <p><i>Ilsia Portillo</i></p>
Martes 08 de octubre 9:00 am	Storie	Interacciones	<p>"Un Community Manager te ayudará a definir y ejecutar una estrategia de contenido adaptada a tu negocio. Esto significa mensajes coherentes y relevantes que resuenan con tu audiencia. ¡Dale a tu marca la voz que se merece!"</p> <p>#IlsiaPortillo #CM</p>	 <p><b>Beneficios que notarás al contratar un Community Manager</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de las redes sociales.</li> <li>• Ahorro de tiempo y recursos.</li> <li>• Creación de contenido de calidad.</li> <li>• Atención al cliente.</li> <li>• Fortalecimiento de la marca.</li> <li>• Análisis y seguimiento.</li> <li>• Ahorro de tiempo.</li> </ul> <p><i>Ilsia Portillo</i></p>
Miércoles 09 de octubre 9:00 am	Post	Contenido de Valor	<p>"La IA te ayuda a analizar el comportamiento de tus seguidores, permitiéndote personalizar tus mensajes y</p>	 <p>HERRAMIENTAS IA PARA COMMUNITY MANAGER?</p> <p>Aquí tienes algunas de las más populares!</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ChatGPT</li> <li>• Jasper</li> <li>• Copy.ai</li> <li>• Canva</li> <li>• Grammarly</li> <li>• Buffer y Later</li> <li>• Brandwatch</li> <li>• ChatBots</li> <li>• InKluco</li> <li>• TalkWalker</li> </ul> <p><i>Ilsia Portillo</i></p>

			<p>campanas. Crea contenido que realmente resuene con tu audiencia y mejora el engagement de tu comunidad."</p> <p>#IlsiaPortillo #IA</p>	
Jueves 10 de octubre 9:00 am	Storie	Interacciones	<p>"¡Crear videos nunca fue tan fácil! Sigue estos 5 pasos:"</p> <p>#IlsiaPortillo #IA</p>	
Viernes 11 de octubre 9:00 am	Artículo de blog	Contenido de Valor	<p>"Maximiza tu productividad con herramientas gratuitas diseñadas para community managers. Desde la planificación de contenido hasta el análisis de datos, estas soluciones te ayudarán a organizar tu trabajo y mejorar el engagement de tu audiencia. ¡No te las pierdas!"</p> <p>#IlsiaPortillo #Gratis</p>	
Sábado 12 de octubre 10:00 am	Storie	Interacciones	<p>"Como Community Manager, tu trabajo tiene un gran impacto. Asegúrate de no caer en estos errores:"</p> <p>#IlsiaPortillo #CM</p>	





<p>Domingo 13 de octubre 10:00 am</p>	<p>Storie</p>	<p>Interacciones</p>	<p>"Aviso importante: para conocer más sobre mi trabajo y recibir actualizaciones, sígueme en mis redes sociales. Comparte la experiencia y no te pierdas mis publicaciones. ¡Te espero!"</p> <p>#IlsiaPortillo #Servicios</p>	 <p>A graphic with a pink background and a white rectangular box containing the text: "AVISO IMPORTANTE", "Queridos clientes, Les hago la atenta invitación a seguirme en mis redes sociales oficiales para que conozcan mi trabajo.", and "@ILSIAPORTILLO24". There is a signature in the bottom right corner.</p>
<p>Lunes 14 de octubre 9:00 am</p>	<p>Boletín</p>	<p>Ventas</p>	<p>"Octubre es el mes perfecto para mejorar tu presencia en redes sociales. Con un descuento especial en mis servicios de Community Manager experto en IA, tu marca estará lista para brillar. ¡Contáctame!"</p> <p>#IlsiaPortillo #IA #CM</p>	 <p>A graphic with a black and white checkered background and a pink circle containing the text: "¡OCTUBRE EN DESCUENTO!", "PROMOS del mes", "EN ADQUIRIR MIS SERVICIOS COMO COMMUNITY MANAGER EXPERTA EN IA", and "ATTE: ILSIA PORTILLO". There is a signature in the bottom right corner.</p>
<p>Martes 15 de octubre 9:00 am</p>	<p>Storie</p>	<p>Interacciones</p>	<p>"La inteligencia artificial puede transformar tu empresa. Desde automatización de procesos hasta personalización de experiencias, ¡las oportunidades son infinitas! Contáctame y descubre cómo llevar tu negocio al siguiente nivel."</p> <p>#IlsiaPortillo #IA</p>	 <p>A graphic with a pink background. It features a photo of a woman on a smartphone screen. The text reads: "¿Quieres que tu negocio destaque en IA?", "Soy Ilsia Portillo, tu Community Manager.", "Habla conmigo por aquí:", and "@ilsiaportillo24". There are decorative hearts and a signature at the bottom.</p>



<p>Miércoles 16 de octubre 9:00 am</p>	<p>Post</p>	<p>Contenido de Valor</p>	<p>"Conocer las métricas de Instagram es fundamental para el éxito. Aquí te mostramos cómo hacerlo:"</p> <p>#IlsiaPortillo #instagram #Métricas</p>	
<p>Jueves 17 de octubre 9:00 am</p>	<p>Post</p>	<p>Contenido de Valor</p>	<p>"Para mejorar tu estrategia en TikTok, analiza estas métricas:"</p> <p>#IlsiaPortillo #TikTok #Métricas</p>	
<p>Viernes 18 de octubre 9:00 am</p>	<p>Post</p>	<p>Contenido de Valor</p>	<p>"Para potenciar tu estrategia en Facebook, analiza estas métricas:"</p> <p>#IlsiaPortillo #Facebook #Métricas</p>	
<p>Sábado 19 de octubre 10:00 am</p>	<p>Artículo de blog</p>	<p>Contenido de Valor</p>	<p>"No te quedes atrás. Estas son las tendencias que todo Community Manager debe implementar:"</p> <p>#IlsiaPortillo #CM #Tendencias</p>	




<p>Domingo 20 de octubre 10:00 am</p>	<p>Storie</p>	<p>Interacciones</p>	<p>"¡No esperes hasta diciembre! Aquí te dejo algunos tips para tu campaña navideña en octubre:</p> <p>#IlsiaPortillo #CM #CampañaNavidad</p>	
---	---------------	----------------------	---	---




**PUBLICACIONES DE LINKEDIN**  
**DEL 07 AL 20 DE OCTUBRE DEL 2024**

FECHA Y HORA	TIPO DE CONTENIDO	PILAR DE CONTENIDO	COPY	PIEZA GRÁFICA
Lunes 07 de octubre 9:00 am	Infografía	Contenido de Valor	<p>"El panorama digital está cambiando. En 2025, los Community Managers no solo gestionarán comunidades, sino que también serán estrategias de contenido basados en datos. Prepárate para utilizar herramientas avanzadas y construir relaciones más profundas con tu audiencia. ¡El futuro es ahora!"</p> <p>#IlsiaPortillo #CM #2025</p>	<p>Infografía con el título "¿QUÉ LES ESPERA A LOS COMMUNITY MANAGERS EN 2025?". Incluye un icono de un chip de computadora y una lista de puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Inteligencia Artificial: El uso de IA para la creación de contenido personalizado y el análisis de datos.</li> <li>Realidad Aumentada y Virtual: Nuevas formas de interactuar con la audiencia.</li> <li>Video y Plataformas: La evolución de los formatos de video y el uso de plataformas emergentes.</li> <li>Personalización: La creación de contenido más relevante y personalizado para cada usuario.</li> <li>Automatización: El uso de herramientas para automatizar tareas repetitivas y optimizar el tiempo.</li> </ul>
Martes 08 de octubre 9:00 am	Post	Contenido de Valor	<p>"Los Community Managers aprovechan herramientas como la realidad aumentada y los videos en vivo para crear experiencias únicas. Estar al día con estas tendencias permite a las marcas destacar en un mercado competitivo."</p> <p>#IlsiaPortillo #CM #2024</p>	<p>Infografía con el título "LOS COMMUNITY MANAGERS EN 2024". Incluye un icono de un chip de computadora y una lista de puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Los Community Managers en 2024 están en un papel crucial, especialmente con el crecimiento de las redes sociales y las nuevas plataformas. Aquí hay algunas tendencias destacadas:</li> <li>Adaptación a Nuevas Plataformas: Con el surgimiento de nuevas redes sociales y canales en los que los usuarios se conectan, los Community Managers deben ser flexibles y rápidos para adaptarse.</li> <li>Estrategias de Contenido: El contenido visual sigue siendo muy poderoso, pero también se valoran la autenticidad y los formatos más cortos y el contenido interactivo son cada vez más importantes.</li> <li>Análisis de Datos: El uso de herramientas analíticas para entender el comportamiento de la audiencia y ajustar las estrategias en consecuencia es esencial.</li> <li>Creación de Crisis: La capacidad para manejar situaciones de crisis en tiempo real es más importante que nunca, dado el alto nivel de interacción en las redes sociales.</li> <li>Enfoque en la Comunidad: Fomentar relaciones genuinas y construir comunidades en torno a los valores de la marca sigue siendo el objetivo principal.</li> </ul>

<p>Miércoles 09 de octubre 9:00 am</p>	<p>Boletín</p>	<p>Ventas</p>	<p>"Lleva tus diseños al siguiente nivel con Canva Pro. Aprovecha nuestra super promo de un 30% de descuento y disfruta de funciones premium que facilitarán tu trabajo. ¡No esperes más, empieza a crear hoy!"</p> <p>#IlsiaPortillo #Canva</p>	
<p>Jueves 10 de octubre 9:00 am</p>	<p>Post</p>	<p>Contenido de Valor</p>	<p>"Para destacar como Community Manager en 2024, considera desarrollar estas cualidades:"</p> <p>#IlsiaPortillo #CM</p>	
<p>Viernes 11 de octubre 9:00 am</p>	<p>Infografía</p>	<p>Contenido de Valor</p>	<p>"Los Community Managers manejan diversas plataformas, pero estas 4 son imprescindibles:"</p> <p>#IlsiaPortillo #RedesSociales #CM</p>	
<p>Sábado 12 de octubre 10:00 am</p>	<p>Boletín</p>	<p>Ventas</p>	<p>"La inteligencia artificial puede ser tu mejor aliada. Con un Community Manager especializado, optimizarás tus redes sociales y mejorarás la experiencia de tus clientes. ¡Invierte en el futuro de tu marca y observa los resultados!"</p>	

			#IlsiaPortillo #CM #IA	
Domingo 13 de octubre 10:00 am	Artículo de blog	Contenido de Valor	"Los Community Managers necesitan las mejores herramientas para optimizar su trabajo. Desde la programación de publicaciones hasta el análisis de métricas, estas herramientas te ayudarán a gestionar tus redes de manera más eficiente y efectiva. ¡Descubre cómo elevar tu estrategia digital!"  #IlsiaPortillo #CM	<p><b>HERRAMIENTAS DE GESTION PARA REDES SOCIALES DE COMMUNITY MANAGERS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hootsuite.</li> <li>• Tweetdeck.</li> <li>• Buffer.</li> <li>• Agorapulse.</li> <li>• Crowdfunder.</li> <li>• Hootsuite Pro.</li> <li>• Hootsuite.</li> <li>• ColorZilla.</li> </ul> 
Lunes 14 de octubre 9:00 am	Post	Contenido de Valor	"Las herramientas de inteligencia artificial son el aliado perfecto para los Community Managers. Desde la creación de contenido hasta el análisis de datos, estas herramientas optimizan tu flujo de trabajo y mejoran el engagement. ¡Descubre cómo la IA puede transformar tu gestión digital!"  #IlsiaPortillo #IA	<p><b>Herramientas IA para Community Managers</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ChatGPT</li> <li>Jasper</li> <li>Copy.ai</li> <li>Carva</li> <li>Lumen5</li> <li>BuzzSumo</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>Buffer y Later</li> <li>Brandwatch</li> <li>ChatBots</li> <li>InVideo</li> <li>TalkWalker</li> </ul> 

<p>Martes 15 de octubre 9:00 am</p>	<p>Artículo de blog</p>	<p>Contenido de Valor</p>	<p>"¿Buscas formas de mejorar tu estrategia sin afectar tu presupuesto? Las herramientas gratuitas son una excelente solución. Con opciones para la programación de contenido, el análisis de datos y la gestión de comunidades, podrás ser más eficiente y creativo. ¡Descúbrelas!"</p> <p>#IlsiaPortillo #CM</p>	
<p>Miércoles 16 de octubre 9:00 am</p>	<p>Post</p>	<p>Contenido de Valor</p>	<p>"En 2024, los Community Managers son más esenciales que nunca. Con la creciente importancia de la inteligencia artificial y el contenido auténtico, adaptarse a las nuevas tendencias es crucial. ¡Prepárate para liderar la conversación digital!"</p> <p>#IlsiaPortillo #CM</p>	
<p>Jueves 17 de octubre 9:00 am</p>	<p>Post</p>	<p>Contenido de Valor</p>	<p>"En el dinámico entorno digital actual, los Community Managers deben poseer:"</p> <p>#IlsiaPortillo #CM</p>	

<p>Viernes 18 de octubre 9:00 am</p>	<p>Post</p>	<p>Contenido de Valor</p>	<p>"¿Quieres entender el rendimiento de tu cuenta de Instagram? Analiza métricas clave como la tasa de interacción, el alcance y las impresiones. Estas estadísticas te ayudarán a ajustar tu estrategia y conectar mejor con tu audiencia. ¡Empieza a optimizar hoy!"</p> <p>#IlsiaPortillo #Instagram #Métricas</p>	
<p>Sábado 19 de octubre 10:00 am</p>	<p>Post</p>	<p>Contenido de Valor</p>	<p>"Entender las métricas en TikTok es fundamental para el crecimiento de tu cuenta. Evalúa el rendimiento de cada video y revisa las tendencias de tus publicaciones. Estos datos te ayudarán a crear contenido más atractivo y a aumentar tu alcance."</p> <p>#ilsiaPortillo #TikTok #Métricas</p>	
<p>Domingo 20 de octubre 10:00 am</p>	<p>Post</p>	<p>Contenido de Valor</p>	<p>"¿Quieres medir el éxito de tu página de Facebook? Enfócate en métricas clave como el alcance, la interacción y el crecimiento de seguidores. Estas estadísticas son esenciales para ajustar tu estrategia"</p>	

			y maximizar tu impacto. ¡Empieza hoy mismo!"  #IlsiaPortillo #Facebook #Métricas	
--	--	--	--	--

## BIBLIOGRAFÍA

Coutinho, V. (14 de septiembre de 2015). *Rock Content*. Obtenido de Rock Content: <https://rockcontent.com/es/blog/kpis/>

Pursell, S. (2024 de abril de 2024). *HubSpot*. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/marketing/que-son-buyer-personas>

Raeburn, A. (1 de Julio de 2024). *asana*. Obtenido de asana: <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>