

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



**TÍTULO**

**ESTRATEGIA DIGITAL, MARCA PERSONAL DE:  
NATALIA ABIGAIL MEJIA MORENO**

**PRESENTADO POR:**

**EDUARDO ERNESTO ACOSTA QUINTANILLA**

**CARNÉ:**

**AQ18005**

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS  
DIGITALES Y REDES SOCIALES PARA OBTAR POR EL TITULO DE  
LICENCIATURA EN PERIODISMO**

**LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ**

**DOCENTE DEL CURSO**

**MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

**COORDINADOR DEL CURSO**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA,  
SAN SALVADOR CENTRO, EL SALVADOR, CENTROAMERICA,**

**DICIEMBRE DE 2024**

# **AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA

**RECTOR**

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN MATA

**VICERRECTORA ACADÉMICA**

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

LICENCIADO PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

**SECRETARIO GENERAL**

LICENCIADA ANA RUTH AVELAR

**DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

LICENCIADO CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA

**FISCAL GENERAL**

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

MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE

**DECANO**

MAESTRA MARÍA BLAS CRUZ JURADO

**VICEDECANA**

MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA

**SECRETARIA**

# **AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

LICENCIADO EDIS EDGARDO MONGE

**JEFE DE DEPARTAMENTO**

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN**

## **AGRADECIMIENTOS**

Gracias a todas las personas que me han acompañado durante todo mi crecimiento académico dentro de la universidad, cada amigo, compañero y colega que he conocido en la carrera.

Gracias a mi madre Zoila Quintanilla por hacer un gran esfuerzo para que yo pudiera seguir con mis estudios dentro de la universidad, quien me acompañó en cada momento duro y me brindó el apoyo incondicional que necesitaba.

También agradecer a mi novia Tatiana Cuellar por sus consejos y su apoyo con mis trabajos dentro de la universidad y ser de los pilares principales para culminar la carrera.

Además, a mis compañeros de grupo de toda la licenciatura, Ulises, Juan y Montes, con quienes pasamos momentos muy difíciles durante la carrera, pero con nuestro apoyo mutuo, hemos crecido en cuanto a madurez y conocimiento.

# ÍNDICE

RESUMEN .....	7
INTRODUCCIÓN .....	8
PRESENCIA ACTUAL DE LA MARCA.....	9
DESCRIPCIÓN E INFORMACION DE LA MARCA .....	11
FODA .....	13
ANALISIS DE COMPETENCIA .....	15
DEFINICION DE OBJETIVOS.....	24
IDENTIFICACIÓN DEL PUBLICO OBJETIVO (BUYER PERSONA).....	25
SELECCIÓN DE CANALES DIGITALES.....	32
ESTRATEGIA SEO .....	33
KPI'S .....	35
PLAN DE CONTENIDOS .....	36
CALENDARIOS DE CONTENIDO.....	39
BIBLIOGRAFÍA .....	48
ANEXOS .....	49

## RESUMEN

En el presente trabajo titulado: “Estrategia Digital, Marca Personal de: Natalia Abigail Mejía Moreno”, se ha desarrollado una serie de pasos para crear y potenciar la estrategia de una marca personal, con la finalidad de alcanzar clientes potenciales que requieran de los servicios profesionales que se ofrecen. En primera instancia se definieron los canales digitales para posicionar la marca, las cuales se optó por Instagram y LinkedIn. Posteriormente se detallan los servicios y habilidades que ofrece la marca, por ejemplo: Community Manager, Organización de eventos sociales y periodismo. Por otro lado, se ha realizado un FODA la cual permite identificar las fortalezas u oportunidades de la marca. Además de hacer un análisis de las competencias profesionales dentro de las áreas en la que la marca ofrece sus servicios. Asimismo, se crearon las buyer persona para conocer cuales son los clientes potenciales y la identificación de objetivos de cada red social escogida, además de la planificación de líneas de contenido y KPI's. Finalmente se elaboró un calendario de 15 días para las plataformas de Instagram y LinkedIn.

**Palabras clave:** Community Manager, Marketing Digital, KPI's, Redes Sociales, FODA.

## INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se desarrolla la estrategia digital de la marca personal de Natalia Abigail Mejía Moreno en donde se buscará plantear una buena planificación para alcanzar los objetivos esperados de la marca del cliente.

Se encontrará el análisis de la situación actual de la marca personal y la selección de las redes sociales con las cuales se venderán.

Por otro lado, se plantearon los diferentes servicios profesionales que ofrecerá la marca personal de Natalia Mejía para que los clientes que deseen contratarlos.

También se planteó el FODA de la marca, esta técnica ayuda a mejorar la presencia de la marca en el futuro.

Definición de objetivos Smart de la marca Natalia Moreno según lo buscado por el cliente.

Creación de Buyer Persona para imaginar y determinar qué tipos de clientes tendría en un futuro para la prestación del servicio profesional.

Finalizando con el análisis de la competencia actual salvadoreña en el área de Community Manager, Animación y Coordinación de eventos y porque se decidieron las redes sociales de LinkedIn e Instagram, además de la creación de la calendarización de publicaciones con sus descripciones.

## PRESENCIA ACTUAL DE LA MARCA

Las RRSS ahora en día son esenciales para incrementar las oportunidades laborales. Además de otorgar las herramientas necesarias para dar a conocer los servicios profesionales que se pueden ofrecer a las diferentes empresas institucionales que promuevan eventos.

Por esta razón, se necesitan coordinadores, periodistas y community manager para la realización de estos acontecimientos para crear una relación entre la marca y el público.

La marca “Natalia Moreno” otorgará los servicios enfocados en:

- Redacción
- Coordinación de eventos
- Community Manager
- Manejo de Redes sociales

Las redes sociales de Natalia Moreno en LinkedIn comenzarán desde cero para presentar su trabajo. De manera similar, Instagram se usará para mostrar los eventos y servicios que se han cubierto y para anunciar los próximos.

La idea es construir confianza a través de estos perfiles para que los clientes potenciales se animen a contratar los servicios de la marca.

Link de LinkedIn:

[https://www.linkedin.com/in/natalia-moreno-66b2932b8?utm\\_source=share&utm\\_campaign=share\\_via&utm\\_content=profile&utm\\_medium=android\\_app](https://www.linkedin.com/in/natalia-moreno-66b2932b8?utm_source=share&utm_campaign=share_via&utm_content=profile&utm_medium=android_app)

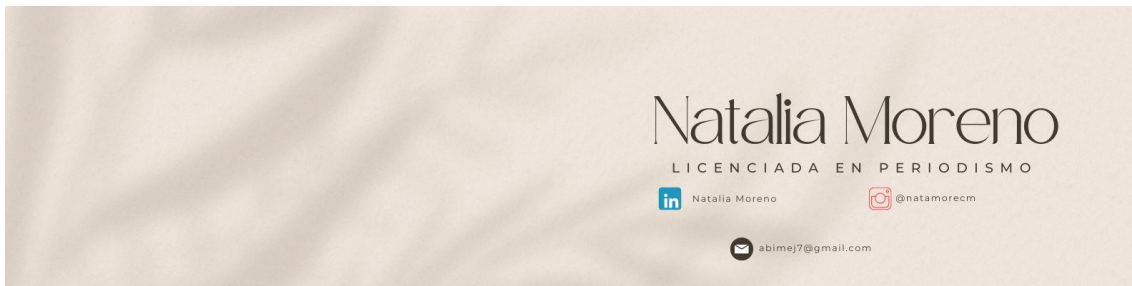
Link de Instagram:

<https://www.instagram.com/natamorecm?igsh=NXkyYWMzNTJud3Fi>

### Logo de la marca:



### Banner de la marca:



Para la marca personal se creó un logo desde la identificación de sus servicios. En el diseño realizado se colocaron las iniciales “NM” del nombre y apellido de color blanco sobre un fondo circular negro, por otro lado, se puso el nombre completo “Natalia Moreno” alrededor del logo para facilitar su identificación.

Además, se creó una portada para LinkedIn que destaca el nombre de Natalia Moreno, su profesión de Licenciada en Periodismo, y las distintas formas de contacto.

## DESCRIPCIÓN E INFORMACION DE LA MARCA

Todo comenzó en mi primer semestre de universidad. Tenía muchas ideas en la cabeza, pero una en particular me hacía sentir emocionado: la capacidad de conectar con el público y al mismo tiempo generar un impacto positivo en la sociedad. No fue de inmediato, pero con el tiempo fui dándome cuenta de que tenía una habilidad natural para organizar eventos, captar la atención de la gente y, lo más importante, transmitir mensajes poderosos de una forma entretenida y creativa.

Usar mis habilidades en animación y coordinación de eventos de una manera efectiva para crear algo más que simples experiencias, para transmitir valores y apoyar causas que realmente importan. Cada evento es una oportunidad para que las personas se diviertan, pero también para que se lleven consigo un mensaje que pueda hacer una diferencia en sus vidas y que así las empresas tengan un contacto directo con el público.

Lo que diferencia a Natalia Moreno de otras marcas es la capacidad de organización, comunicación, gestión del tiempo, adaptación y resolución de problemas a corto plazo, además de las habilidades interpersonales con diferentes personas para motivar y alcanzar los objetivos establecidos por el cliente.

También la atención al detalle para que no haya ningún evento, por otro lado, se ofrecen servicios de Community Manager para mejorar la gestión de la imagen de la empresa a través de las habilidades de comunicación adquiridas mediante la publicación de contenidos, conocimiento de la optimización de contenido en redes sociales, análisis de datos de las mismas y la gestión de la comunidad.

### **Precios de servicios**

#### **Paquete Básico:**

Creación, organización y animación del evento con enfoque social. Costo: \$100

#### **Paquete Normal:**

Creación, organización y animación del evento con enfoque social. Toma de 5 fotografías para publicar en redes sociales. Costo: \$150

**Paquete premium:**

Creación, organización y animación del evento con enfoque social. Toma de 5 fotografías con su respectiva redacción para publicar en redes sociales y grabación para un video de 1 minuto para las plataformas digitales. Costo: \$200

**Paquete Super Premium:**

Creación, organización y animación de dos eventos con enfoque social. Toma de 7 fotografías con su respectiva redacción para publicar en redes sociales y grabación para un video de máximo dos minutos para las plataformas digitales de cada evento. Costo: \$300.

## FODA

El FODA sirve para realizar un análisis estratégico para evaluar tanto la situación interna o externa de algún proyecto u organización, identificando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la marca.

### **Fortalezas:**

- Atención rápida y personalizada de la marca Natalia Moreno.
- Adaptabilidad de tiempo frente a problemas a corto plazo.
- Los interesados en contratar los servicios de la marca podrán experimentar la excelente capacidad de organización de Natalia Moreno tanto en eventos como en la gestión de plataformas digitales.
- Precios accesibles para quienes contraten a Natalia Moreno.
- Disposición a la creación de contenidos de manera creativa para redes sociales.

### **Oportunidades:**

- Tener un mayor reconocimiento en redes sociales por parte de las personas que contraten los servicios de Natalia Moreno.
- Poder experimentar los diferentes rubros en el campo de organización de eventos y Community Manager para agarrar experiencia.
- Lograr establecer los valores de la marca a través de los servicios proporcionados para mejorar la imagen de los clientes o instituciones.
- Colaboraciones con otras marcas y profesionales a través de alianzas estratégicas que permitan nuevas oportunidades de negocio.
- Personalizar los servicios conforme a las necesidades de los clientes, diferenciándose de la competencia y prefieran contratar los servicios.

### **Debilidades:**

- No se cuenta con los fondos necesarios para dar a conocer por medio de sponsors los servicios de la marca.
- La marca apenas va iniciando sus perfiles en redes sociales, no está posicionada.
- Es escasa red de conexiones profesionales y personales por lo cual hay menos oportunidades de colaboración.
- Poca experiencia en las áreas que ofrece la marca personal de Natalia Moreno.

- La presentación actual de la imagen de la marca personal no refleja genuinamente cuáles son los verdaderos servicios.

**Amenazas:**

- Recursos limitados por lo cual la marca personal no puede estar mucho tiempo sin trabajar.
- Competencia en los mismos sectores en los cuales la marca busca expandir sus servicios en la coordinación de eventos y Community Manager.
- Saturación de contenido en redes sociales hace que sea más difícil resaltar a comparación de la competencia.
- Cambio y evolución tecnológica, puede ser una amenaza al no adaptarse a las nuevas herramientas emergentes.
- Existencia de grandes marcas de marketing.

## ANALISIS DE COMPETENCIA

Para este apartado se ha buscado y analizado competencia directa de la marca, son personas salvadoreñas que ofrecen el mismo tipo de servicio que Natalia Moreno.

Serán tres perfiles por cada red social, tres de ellos son de LinkedIn y tres de Instagram, realizando un análisis de sus publicaciones y la optimización de dichos perfiles.

### Rafael Cortés

Rafael Cortés es un licenciado en Relaciones Internacionales con más de 6 años de experiencia en coordinación de proyectos sociales.

La marca personal de Rafael Cortés Sánchez, de El Salvador. Perfil que cuenta con 49 contactos, menciona que finalizó sus estudios en 2019 y otorga una descripción de su experiencia laboral y las diferentes delegaciones que ha tenido a lo largo de los años.

← Q Rafael Cortés Sánchez

**Rafael Cortés Sánchez** · 3rd  
Coordinador de Proyectos Sociales en SEPROJOVEN  
SEPROJOVEN · Universidad de El Salvador  
El Salvador  
49 connections

[Connect](#) [Message](#) ...

### About

Licenciatura en Relaciones Internacionales  
Tres años coordinando proyectos sociales enfocados en Derechos Humanos, Educación Ambiental, Equidad e Igualdad de Género, Liderazgo Juvenil.  
Becado y delegado de LAC en COY15 Madrid, España 2019.  
Delegado de LAC en COP25 Chile/Madrid 2019.  
Miembro YOUNGO de UNFCCC.  
Coordinador para El Salvador en Global Affairs Unit COY16 Glasgow, Escocia 2021.

### Highlights

You both studied at Universidad de El Salvador  
You both studied at Universidad de El Salvador in 2019  
[Message](#)

Link: [linkedin.com/in/rafael-cortés-sánchez-0bb63813b](https://www.linkedin.com/in/rafael-cortés-sánchez-0bb63813b)

Rafael Cortés cuenta con una foto de perfil, sin embargo, no tiene portada y no cuenta con publicaciones hechas, solo ha compartido algunos proyectos sociales hace 3 años y no cuenta con interacciones, por otro lado, no tiene enlaces para ver su trabajo.

**Activity**  
49 followers

Rafael hasn't posted yet.  
Recent posts Rafael shares will be displayed here.

Show all activity →

---

**Experience**

**Coordinador de Proyectos Sociales**  
SEPROJOVEN · Apprenticeship  
Jun 2018 - Present · 6 yrs 4 mos  
San Salvador, El Salvador

---

**Education**

**Universidad de El Salvador**  
2013 - 2019

**Univesidad de El Salvador**  
Licenciatura, Relaciones Internacionales  
2013 - 2019  
Egresado

Toda la actividad

Publicaciones Reacciones


**Rafael Cortés Sánchez** · 3er+  
Coordinador de Proyectos Sociales en ...  
3 años · 🌐

**COY16 Glasgow**  
4,096 seguidores  
3 años · 🌐

Do you want to become a COY16 delegate? 🤔

Register to become a COY16 delegate and ... más

Mostrar traducción



DELEGATE REGISTRATION IS NOW OPEN

VISIT WWW.UKCOY16.ORG

## Luis Ángel Marroquín

Luis Angel Marroquin es un salvadoreño que cuenta con experiencia en el área de Coordinación de eventos y contenidos en redes sociales.

El perfil cuenta con 42 contactos y los mismos seguidores.

La información personal de Luis Marroquin es muy detallada en cuanto a la experiencia, creación de contenido y manejo de redes sociales.

**About**

¡Hola red, soy Luis Angel!

Apasionado de la comunicación con una formación en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. A lo largo de mi carrera, he desarrollado habilidades y experiencia en diversas áreas, con un enfoque en el mundo digital.

En mi experiencia incluye la redacción de copys persuasivos y dinámicos que buscan capturar la esencia de la marca y la creación de contenido innovador que sigue las últimas tendencias y necesidades. También he trabajado en el manejo de redes sociales y el desarrollo de estrategias digitales efectivas que impulsan la participación y la conexión con la audiencia.

Además, cuento con experiencia en la medición y análisis de resultados, lo que me permite ajustar y optimizar las estrategias en función de los datos y las métricas clave. También tengo habilidades en fotografía que complementan mi trabajo en la creación de contenido.

Estoy emocionado de seguir creciendo y aprendiendo en el campo de la comunicación digital, y estoy comprometido a dar lo mejor de mi en todo lo que hago.

Espero poder conectar con ustedes y explorar nuevas oportunidades juntos 🌟🚀

**Top skills**  
Interpersonal Skills · Client Services · Marketing →

**Luis Angel Marroquin** · 3rd  
Content Manager | Social Media | Coordinador de eventos

Universidad Dr. José Matías Delgado  
San Salvador, San Salvador, El Salvador

42 connections


Connect Message


**Open to work**  
Social Media Coordinator roles  
Show details

Link: [linkedin.com/in/luis-angel-marroquin-3683b724b](https://www.linkedin.com/in/luis-angel-marroquin-3683b724b)


Tiene foto de perfil, sin embargo, no cuenta con portada. Tampoco cuenta con publicaciones hechas o que haya compartido por lo cual no tiene interacciones, pero tiene información de contacto que es el mismo enlace de LinkedIn.

### Education

 **Universidad Dr. José Matías Delgado**  
Licenciatura en Comunicaciones, Comunicaciones  
Jan 2016  
Grade: Egresado

 Creative Services

---

 **Universidad Centroamericana José Simeón Cañas**  
Diplomado de Ingles, Idiomas  
Jan 2018 - Dec 2019  
Grade: Nivel 12

Show all 3 educations →


### Activity


43 followers

Luis Angel hasn't posted yet.  
Recent posts Luis Angel shares will be displayed here.


Show all activity →

### Experience


 **Coordinador de eventos y auxiliar de marketing**  
DIPi · Full-time  
Jul 2024 - Aug 2024 · 2 mos  
El Salvador

 **Planificación de eventos, Comunicación and +1 skill**

---


 **Digital Strategist**  
TMC Growth Partners · Part-time  
Nov 2023 - Feb 2024 · 4 mos  
San Salvador, El Salvador · Hybrid

Creación de contenido y estrategias para redes sociales, apoyo en contenido multim... see more

 **Online Media Management**

### Skills

**Planificación de eventos**

 Coordinador de eventos y auxiliar de marketing at DIPi

## Kriscia Hurtado de González

Kriscia Hurtado es una salvadoreña que reside en San Salvador y cuenta con experiencia en Community Manager con clientes independientes.

Su perfil cuenta con 30 contactos y 32 seguidores.

Tiene su foto de perfil con el logo de su marca personal y tiene su portada con una foto de su rostro. Por otro lado, tiene sus enlaces de página web donde explica todos los servicios que otorga y las diferentes vías de comunicación de Kriscia.

Links:

[linkedin.com/in/kriscia-hurtado-de-gonzález-63b34b191](https://www.linkedin.com/in/kriscia-hurtado-de-gonzález-63b34b191)

[https://www.facebook.com/kriscia.hurtado.73/?paipv=0&eav=Afa4FRclZ20TUf9ERKCULE8zXBQSSbx76RbSAD\\_inbkzivE4I4vPhDS4JNBhgHSP1Pg&\\_rdr](https://www.facebook.com/kriscia.hurtado.73/?paipv=0&eav=Afa4FRclZ20TUf9ERKCULE8zXBQSSbx76RbSAD_inbkzivE4I4vPhDS4JNBhgHSP1Pg&_rdr)

<https://www.krisciahurtado.com/>

### Servicios

Edición de vídeo · Marketing de redes sociales

Mostrar todo →

---

#### Actividad

32 seguidores + Seguir

**Publicaciones** Comentarios

Kriscia Hurtado de González ha compartido esto · 6 meses

**UNA CLAVE PARA TU PRODUCTIVIDAD:**  
Utiliza tu mente para resolver problemas — no para crearlos... ... mostrar más

👍👍👍 1533 106 comentarios

Kriscia Hurtado de González ha compartido esto · 5 meses

¡Te lo mereces! Te deseo lo mejor 🙏

Mostrar todas las publicaciones →

**KRISCIA HURTADO**  
EMPREDEDORA DIGITAL

«Gestión de Redes Sociales»  
«Artes y Documentos digitales»  
«Locución, Audiolibros y Podcast»

**Kriscia Hurtado de González** 🔊 · 3er

Community Manager - Narradora de Audiolibros - Emprendedora Digital

Universidad Centroamericana 'José Simeón Cañas'

San Salvador, San Salvador, El Salvador · [Información de contacto](#)

32 seguidores · 30 contactos

+ Seguir
➔ Enviar mensaje
⋮

**Acerca de**

Tengo experiencia en Locución y producción como periodista radial, me especializo en Gestionar redes Sociales con clientes nacionales e internacionales, he manejado las redes de empresas de outsourcing, realtor (corredor de bienes raíces) personas influyentes, entre otros.

También creo páginas web de presentación empresarial edito videos y audios.

La información de Kriscia Hurtado especifica los estudios que tuvo, pero carece de descripción en cuanto a la experiencia obtenida a lo largo de los años, sin embargo, detalla sus conocimientos en el área de las redes sociales.

Cuenta con pocas publicaciones hechas por ella en la plataforma de LinkedIn, tienen pocas interacciones, y la mayoría son reposteadas de otros perfiles. Y no tiene actividad desde hace 5 meses.

**Kriscia Hurtado de Gonzá...** · 3er+ + Seguir ⋮

Community Manager - Narradora de A...  
1 año · 🌐

Quiero anunciar que ofrezco mis servicios en LinkedIn, [#OpenForBusiness](#). Echa un vistazo a mi página de servicios de Edición de vídeo y Marketing de redes sociales.

**Servicios de Kriscia Hurtado de González**

Servicios de Edición de vídeo y Marketing de redes sociales

Ver servicios

👍 1

Recomendar

Comentar

Compartir

Enviar

**Experiencia**

**Narradora de Audiolibros**  
Profesional independiente  
mar. 2020 - actualidad · 4 años 7 meses  
El Salvador

**Community Manager**  
Clientes Independientes  
mar. 2015 - actualidad · 9 años 7 meses

**Educación**

**Universidad Centroamericana 'José Simeón Cañas'**  
Comunicación social  
2002 - 2006

**Conocimientos y aptitudes**

Comunicaciones estratégicas

---

Marketing digital

Mostrar todas las aptitudes (13) →

## Raquel Palacios

Raquel Palacios, una salvadoreña residente de San Salvador, una marca personal basada en Community Manager y Periodismo multimedia, cuenta con 65 seguidores, 15 seguidos y 9 publicaciones el cual hacen referencia a lo que es una cita textual de Isra Garcia.

Cuenta con su propia página web en la cual detalla la experiencia laboral que ha tenido a lo largo de los años trabajando y colaborado para diferentes empresas además de otorgar las vías de comunicación por la cual puedes contactarla para solicitar sus servicios.



Links: [https://www.instagram.com/raquelpalacios\\_cm?igsh=MTlmMnVldXVmNGd4N](https://www.instagram.com/raquelpalacios_cm?igsh=MTlmMnVldXVmNGd4N)  
[Q==](https://www.instagram.com/raquelpalacios_cm?igsh=MTlmMnVldXVmNGd4N)

<https://x.com/raquepalacios15>

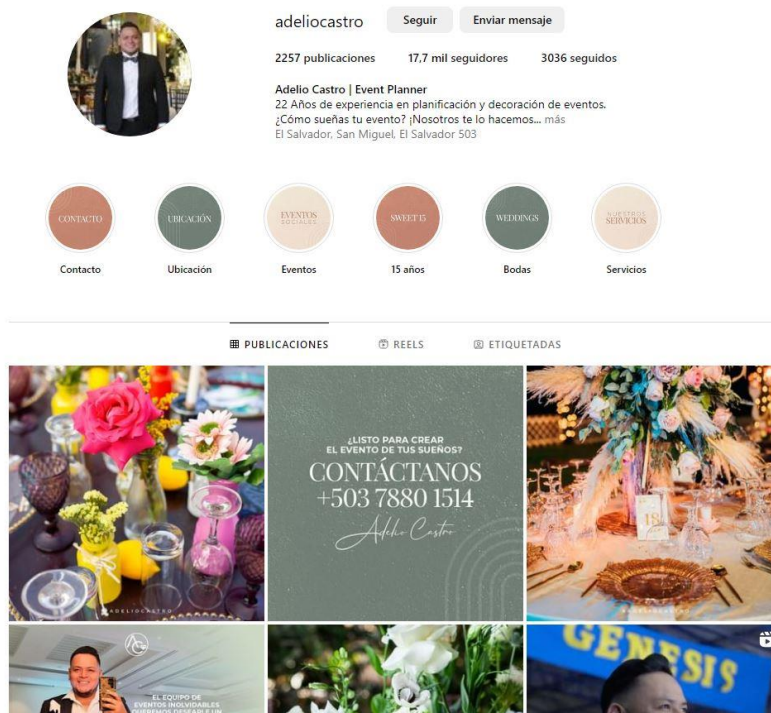
[https://pa14008.wixsite.com/raquel-palacios?fbclid=PAZXh0bgNhZW0CMTEAAabjeGsFCeAsqGgBQ9J2EmeqDSvRPex-Gk9adjWPGYT6xNTbqizr\\_hmtR7o\\_aem\\_kq3Vp1S0aDziWliekfdSw](https://pa14008.wixsite.com/raquel-palacios?fbclid=PAZXh0bgNhZW0CMTEAAabjeGsFCeAsqGgBQ9J2EmeqDSvRPex-Gk9adjWPGYT6xNTbqizr_hmtR7o_aem_kq3Vp1S0aDziWliekfdSw)

Marcela no tiene el logo de su marca personal y dejó de publicar desde el año 2021 y consecuentemente sus feeds no tienen interacciones o comentarios ni hizo uso de hashtags, ya que como se mencionó es una frase de Isra Garcia, esto impacta de manera negativa significativamente porque debido a esto, los potenciales clientes pueden pensar que ya no otorga esos servicios.

## Adelio Castro

Adelio Castro, persona residente de San Miguel, una marca personal que principalmente está basada en la creación y organización de eventos sociales, que a través de sus diversas redes sociales da a demostrar su trabajo.

La cuenta tiene 17,200 seguidores, 3.036 seguidos y más de 2 mil publicaciones acerca de su trabajo, esto es una muy buena señal ya que se mantiene de una manera activa y constante dando realce a sus eventos.



Links:

<https://www.instagram.com/adeliocastro/?igsh=MTZkNXYyemVkenBhZA%3D%3D>

[https://www.facebook.com/adeliocastrosv/?locale=es\\_LA](https://www.facebook.com/adeliocastrosv/?locale=es_LA)

<https://www.tiktok.com/@adeliocastro>

Cuenta con su propia página de Facebook y whatsapp para cotizar el evento que uno desea realizar, es una buena opción para que los clientes coticen los eventos institucionales, gubernamentales o sociales para quienes quieran realzar su marca.

El feed de las publicaciones es positivo ya que se mantiene con una buena cantidad de likes y comentarios, además de hacer buen uso de los hashtags y no se limita a un solo formato, sino también crea Reels y Tiktoks que incrementan el alcance de la marca.

Situación la cual le ha permitido trabajar mediante alianzas estratégicas con diferentes empresas, profesionales y/o influencers.



### Ruth Eunice Morán

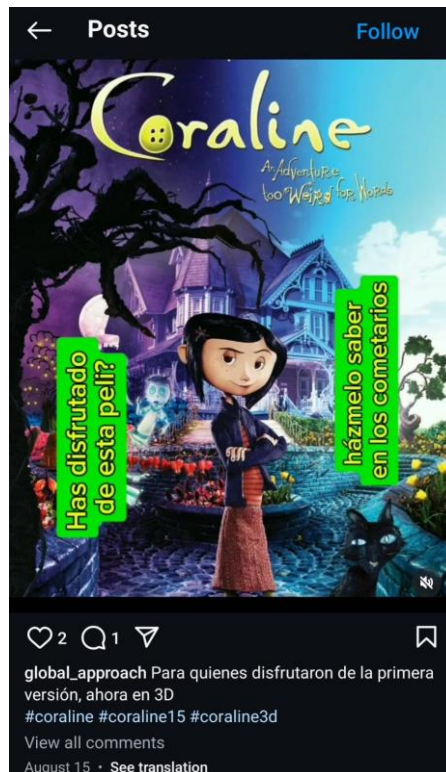
Ruth Eunice Morán Ramírez es una salvadoreña y es Community Manager, directora de Marketing Digital y Comunicadora.

La marca personal tiene 13 seguidores, 19 cuentas seguidas y solamente tres publicaciones hechas desde que fue creada.

La cuenta tiene sus enlaces para visitar su perfil de Facebook y su página web, esto es una buena señal ya que por medio de estas puede demostrar el trabajo que es capaz de realizar y así resaltar la marca.



No tiene un buen ritmo de interacciones debido a que no se mantiene tan activa desde su primer post desde que fue el 15 de agosto de 2024, obteniendo solamente dos me gustas y un comentario (de ella) en ese post. Sin embargo, hace buen uso de los hashtags.



Links:

[https://www.instagram.com/global\\_approach?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNw==](https://www.instagram.com/global_approach?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNw==)

<https://www.facebook.com/eunice.moran.56?mibextid=ZbWKwL>

El siguiente cuadro es un resumen de las redes usadas por los diferentes perfiles que son competencia de Natalia Moreno.

LinkedIn es la plataforma ideal para dar a demostrar el trabajo debido a que la competencia directa pasa más inactiva, y eso abre las puertas a que haya una mayor difusión del perfil y mejores oportunidades de trabajo.

Nombre de competencia	Facebook	Instagram	Twitter	Tiktok	LinkedIn
Rafael Cortés					X
Luis Ángel Marroquín					X
Kriscia Hurtado de González	X				X
Raquel Palacios		X	X		
Adelio Castro	X	X		X	
Ruth Eunice Morán	X	X			

## DEFINICION DE OBJETIVOS

### **Generales:**

- Dar a conocer y posicionar la marca frente al público objetivo en LinkedIn e Instagram.
- Aumentar un 25% la lista de seguidores mensualmente.

### **Específicos:**

- Crear contenido de valor que capte la atención de mi público y mejore mi posicionamiento en las redes sociales de LinkedIn e Instagram.
- Implementar estrategias que se adapten a las necesidades de mis clientes y proyectar a un constante crecimiento su negocio.
- Garantizar una comunicación interactiva entre el público y la marca.

## IDENTIFICACIÓN DEL PUBLICO OBJETIVO (BUYER PERSONA)

Un Buyer Persona, o simplemente persona, son personajes “ficticios” que se crean a través de un perfil ideal que queremos tener en un comprador (AMORTEGUI, 2024).

Para la marca personal de Natalia Moreno se han creado seis Buyer Persona, tres para cada red social, LinkedIn e Instagram.

Este apartado funciona para orientar la marca y lo que se puede llegar a ofrecer a los posibles clientes.



**Datos generales:**

Nombre: Elena Trejo  
Edad: 35 años  
Ocupación: Jefa del área de prensa de un medio impreso  
Locación: San Salvador, El Salvador  
Nivel educativo: Licenciatura en Periodismo  
Ingresos mensuales: \$1,800 dólares  
Estado civil: acompañada, sin hijos

**Puntos de dolor**

-Se preocupa por no delegar bien a sus subordinados para divulgar la visión objetiva del medio.  
-Inseguridad de no contar con la suficiente estabilidad en el puesto debido a las pocas innovaciones del área.  
-No pasar tiempo con su pareja.

-Experta en redacción institucional con 9 años de experiencia trabajando para un medio impreso, recién ascendida a jefa del área de prensa.  
-No contar con los suficientes periodistas para difundir la visión del medio.

**Comportamientos y preferencias**

-Asiste a foros periodísticos enfocados a la lucha contra los obstáculos políticos y sociales en comunicar la verdad de manera objetiva.  
-Apasionada a la fotografía, viajar y negocios.  
-Visita blogs de periodismo digital.

**Motivaciones y objetivos**

-Sostiene que ejercer periodismo con ética moral es uno de los principales legados que un jefe de prensa debe dejar a los periodistas.  
-Ampliar las habilidades digitales.  
-Obtener una mayor interacción con la audiencia en las redes sociales del medio.

**Frustraciones**

-Poca experiencia en el manejo de redes sociales.  
-A veces le cuesta delegar al periodista ideal para realizar una cobertura importante.  
-No sabe qué elementos son necesarios para evolucionar los formatos del medio impreso al digital.

**Cómo puede ayudarle un periodista con conocimientos en redes sociales**

- Aportando ideas innovadoras sobre los nuevos formatos digitales para enganchar a los lectores al medio y evolucionar la manera de difundir las noticias.
- Cumplir con la agenda solicitada por la jefa de prensa.
- Mejorar la eficiencia operativa desde el enfoque de las notas informativas y reportajes, hasta la edición de la misma.



**Datos generales:**

Daniella Cortez  
Edad: 45 años  
Ocupación: Dueña de negocio de terapia y meditación  
Locación: San Salvador, El Salvador  
Nivel educativo: Licenciatura en psicología con maestría en terapia emocional  
Ingresos mensuales: \$1,000 dólares  
Estado civil: casada con una hija

**Puntos de dolor**

- Preocupación por no contar con los seguidores necesarios para que tenga una buena difusión su trabajo.
- No sabe usar las redes sociales en pro de la imagen del negocio.
- Creerse incapaz de hacer crecer los clientes.

**Comportamientos y preferencias**

- Correr por la mañana
- Leer libros sobre el control de las emociones
- No prefiere consumir videos en redes sociales, solo hechos noticiosos en páginas web de los medios locales.

-Más de 19 años trabajando en el área de psicología.  
Experta en atención a pacientes que necesiten terapia emocional y meditación. No sabe como difundir su trabajo en redes sociales.

**Motivaciones y objetivos**

- Brindar atención y ayudar a las personas por medio de sus servicios a que aprendan a canalizar su energía y mente en su cuerpo.
- Promulgar actividades de relajación.
- Aumentar a los clientes a través de su interacción en redes sociales.

**Frustraciones**

- Quedarse estancada con los mismos clientes y no tener un mayor ingreso de dinero para los estudios de su hija.
- No hacer uso de plataformas de redes sociales emergentes para una mayor visualización del negocio.
- No sabe publicar su trabajo en las RRSS.

**Cómo puede ayudar un Community Manager enfocado en proyectos sociales.**

-Propuestas creativas para la creación de eventos presenciales para difundir el trabajo de Daniella, además de adaptar los contenidos a las diferentes plataformas para una mayor difusión.

-Apoyo por medio de foros y grupos de discusión que ayuden a tener las bases para redactar en el entorno digital y difundir los valores de la marca por medio de la creación de contenido atractivo para la audiencia.



**Datos generales:**

Juan José Martínez  
Edad: 31 años  
Ocupación: editor de un medio de comunicación  
Locación: La Libertad, El Salvador  
Nivel educativo: Licenciatura en periodismo  
Ingresos mensuales: \$750 dólares  
Estado civil: soltero sin hijos.

**Puntos de dolor**

- Se preocupa por que no sabe como empezar a actualizar su información en las diferentes plataformas de redes sociales.
- Preocupación por la falta de empleo en el área de comunicaciones.
- No cumplir con las "metas" de visitas de sus notas periodísticas.

- Más de 5 años redactando para medios de comunicación, especialmente editando reportajes.
- Poco tiempo y conocimiento para poder aumentar su marca personal y no se ha adaptado a los nuevos formatos en línea.

**Comportamientos y preferencias**

- Consumo videos de marketing, especialmente en Tiktok.
- Participa en coberturas políticas.
- Sigue a colegas del trabajo del mismo medio en el que él se encuentra.

**Motivaciones y objetivos**

- Quiere actualizar sus perfiles de redes sociales para tener una mayor difusión e interacción en las RRSS.
- Formar su propia red de contactos para contar con mayores probabilidades de conseguir un trabajo mejor.

**Frustraciones**

- Dificultad para poder actualizar sus perfiles de manera correcta.
- No contar con los suficientes contactos para que lo recomienden en otro medio si llegase a ser despedido.
- No tener pareja y preocuparse por lograr formar una familia.

**Cómo puede ayudar un Community Manager enfocado en actualizar los perfiles en la marca personal**

- Gestionar la presencia online asegurando que sea de una manera atractiva, creando y publicando contenido conforme a los valores de la personalidad de la marca personal.

- Implementar estrategias para el crecimiento del perfil online, dando una mayor visibilidad y consecuentemente crear una red de contactos junto a una comunidad.



**Datos generales:**

Damián Castillo  
Ubicación San Salvador  
Licenciado en Mercadeo Internacional  
Edad: 35 años  
Sexo masculino  
Casado con un hijo  
Ingresos mensuales \$750

**Puntos de dolor**

-Se preocupa por no saber cómo coordinar un evento social para incrementar la presencia del emprendimiento  
-Inseguridad de no contar con el tiempo suficiente con su pareja e hijo

7 años de experiencia en supervisor de una empresa encargada de traer mercadería de China, tiene su propio emprendimiento de joyería traída desde China, no sabe usar correctamente las redes sociales.

**Comportamientos y preferencias**

-Mira reels en instagram acerca de marketing  
-Tendencia a copiar contenido de otras marcas que se dedican a vender joyería  
-Hace ejercicio luego de salir de trabajar

**Motivaciones y objetivos**

-Poder expandir su negocio a través de eventos para el público  
-incrementar la presencia de su emprendimiento en redes sociales.  
-poder pasar más tiempo con su familia.

**Frustraciones**

-No sabe proyectar la imagen de su emprendimiento para así tener una fuente de ingresos extra.  
-Inexperiencia en gestión, coordinación y redacción de eventos sociales

**Como puede ayudar un Community Manager**

-Gestión y coordinación de eventos de índole social para solidificar la imagen del emprendimiento para crear una conexión con el público.

-Implementación de estrategias y creación de contenido de valor para la audiencia.

-Creación de agenda para futuros eventos o contenidos de la emprendimiento.



**Datos generales:**

Nombre Lisbeth Rodriguez  
Edad: 39 años  
Ocupación: jefa de una empresa de bienes raíces  
Locación: San Salvador, El Salvador  
Nivel educativo: Licenciatura en administración de empresas  
Ingresos mensuales: \$2,700 dólares más bonos  
Estado civil: acompañada sin hijos

Más de 13 años trabajando en el área de bienes raíces. Experta en logística. Casi nula experiencia en el manejo de crisis de imagen institucional ni marketing en redes sociales.

**Motivaciones y objetivos**

-Obtener conocimientos acerca de cómo manejar crisis de la imagen empresarial  
-Tener más tiempo para formar una familia.  
-Conocer el área de marketing en redes sociales para así incrementar la presencia de la empresa de bienes raíces en las RRSS.

**Puntos de dolor**

No tener el tiempo suficiente para formar una familia con su pareja actual.  
-No desea tener una crisis de imagen pública.  
-No sabe cómo implementar u organizar eventos que mejoren la imagen empresarial.

**Comportamientos y preferencias**

-Asiste a eventos relacionados al rubro de los bienes raíces  
-Casi no hace uso de las redes sociales por el temor de dañar la imagen empresarial  
-Prefiere salir a comer con su pareja luego de salir de trabajar

**Frustraciones**

-No sabe manejar las redes sociales, y por ende no puede incrementar la imagen institucional de la marca  
-Nulo conocimiento en el tema de crisis de imagen institucional en las RRSS.  
-No formar una familia.

**Cómo puede ayudar un Community Manager**

- Puede implementar medidas de gestión de crisis gracias a los conocimientos de cómo manejar la imagen pública a través de las diferentes acciones a implementar.
- Creación de contenido de valor para las audiencias y un mayor realce en las RRSS, un CM puede ejercer como un relacionista público para evitar crisis empresariales en cuanto a la imagen institucional.
- Liberación de trabajo a través de estrategias idóneas para diferentes tipos de eventos sociales.



**Datos generales:**

Nombre: Oscar Abrego  
Edad: 30 años  
Ocupación: Jefe de sección de una empresa multinacional sobre ayuda a la salud mental  
Locación: San Miguel, El Salvador  
Nivel educativo: Licenciado en Psicología  
Ingresos: 950 mensuales  
Estado civil: divorciado con 2 hijos

**Puntos de dolor**

-No sabe crear ni organizar eventos sociales con enfoques psicológicos ni como darle el realce necesario para que sea un rotundo éxito.  
-No pasar tiempo de calidad con sus hijos y poder asistir a sus eventos escolares.  
-Nula creatividad y manejo de redes sociales

Experiencia de 5 años en empresas relacionadas con centros de terapia en El Salvador, experto en conocimientos de ética y diferencias individuales y biológicas de las personas.  
No sabe cómo organizar eventos que incrementen la imagen de la empresa.

**Comportamientos y preferencias**

-Consume blogs acerca de temas psicológicos para incrementar su conocimientos de las nuevas actualizaciones del área.  
-Sigue a colegas de trabajo y jefes de otras empresas relacionadas con la psicología.  
-Prefiere y consume videos de larga duración en Instagram y ocasionalmente en Tiktok.

**Motivaciones y objetivos**

-Quiere hacer un mayor uso de redes sociales para crear una conexión con el público.  
-Tener más tiempo con sus dos hijos.  
-Obtener un mayor reconocimiento por parte de la empresa en la cual trabaja y así tener un aumento mediante la creación de eventos sociales enfocados a la salud mental.

**Frustraciones**

-No sabe proyectar la imagen de su emprendimiento para así tener una fuente de ingresos extra ni usar las redes sociales para tener una mayor difusión.  
-No tiene tiempo para sus hijos por buscar la manera de mejorar la imagen empresarial

**Como puede ayudar un Community Manager en el área de coordinación de eventos**

-Implementar las guías paso a paso de lo que se debe hacer en los eventos, además de redactar y hacer copys para resaltar la magnitud del mismo, ya sea de manera digital o presencial.  
-Creación de contenido de valor para las audiencias difundidas a través de las redes sociales de la empresa y cómo manejar e interactuar con las mismas para formar una relación estrecha con el público.  
-Plan de contenidos para futuros eventos a realizar.

## SELECCIÓN DE CANALES DIGITALES

Estas plataformas serán el medio que nos permitirá dar visibilidad a nuestros servicios, además de funcionar como canales de comunicación para nuestros seguidores y clientes.

La primera plataforma a utilizar será LinkedIn debido a que esta red social permite la visibilidad a audiencias relevantes, facilitando las conexiones con personas o empresas claves del rubro, generando oportunidades para diversos proyectos. También compartir el trabajo y diversos logros en LinkedIn permiten solidificar la imagen profesional y con los motores de búsqueda personalizados ayuda al posicionamiento online.

La otra plataforma que se ha optado por utilizar para posicionar la marca es Instagram, ya que es una RRSS en constante crecimiento y actualización. Esta red social ofrece múltiples herramientas para presentar contenido y conectar con mi audiencia objetivo, como Stories, Reels y publicaciones, lo que la convierte en una red versátil y adaptable a los gustos de los usuarios.

## ESTRATEGIA SEO

La estrategia de SEO puede ayudar a asegurar tu posicionamiento de tu marca personal en las redes sociales, gracias a las palabras claves en la descripción, que según el tipo de publicaciones se puede incrementar el alcance de las mismas en los motores de búsqueda dentro de las mismas plataformas, así como los propios perfiles.

### Keywords de Instagram

<b>Marketing de contenidos</b>	<b>Interacciones</b>	<b>Venta</b>
Estrategia digital	Branding	Eventos
Gestión de redes	Gestión de comunidades	Optimización
Marketing de redes sociales	KPI	Comunidad
Estrategia de contenido	Socialmedia	hashtags
Social media tips	Campañas	horarios
Marketing de contenido	Tendencias	interacción
SEO	Herramientas	Encuestas
StoryTelling	Tools	CTA
Análisis de datos	Video	Relaciones
Contenido visual	Advantages	Seguidores

## Keywords de LinkedIn

<b>Community Manager</b>	<b>Coordinadora de eventos sociales</b>	<b>Periodista</b>
Gestión de comunidades	Gestión de eventos	Redacción
Estrategia de redes sociales	Event Planner	Reportero
Community management	Coordinador de eventos	Corresponsal
Administrador	Producción de eventos sociales	Investigador
Gestor de crisis	Equipo	Corresponsal
Creación de contenido	Logística	Reportaje
SEO	Cronograma	Producción
Programación	Presupuesto para eventos	Periodismo social
Interacción	Experiencias inmersivas	Multimedia
Copywriting	Soluciones	Libertad de prensa

## KPI'S

Las KPI significa de la frase en inglés “Key Performance Indicators” que se traduce como “indicadores claves de desempeño”, estos indicadores son las diferentes variables, factores y unidades de medición que permiten desarrollar una estrategia de marketing (BLANCO, 2017). Para que un KPI sea efectivo, debe cumplir con las siguientes características:

- Alcanzable: Los objetivos deben ser realistas.
- Medible: Aunque parezca evidente, un KPI debe ser cuantificable.
- Relevante: Evita sobrecargar con datos, selecciona solo los más significativos.
- Periódico: El indicador debe ser evaluado regularmente.
- Preciso: Escoge únicamente la información más exacta dentro de los datos recopilados.

### **KPI de la marca Natalia Moreno**

- Incremento de seguidores en la página de Instagram y perfil de LinkedIn.
- Contenido guardado por los usuarios.
- Conexión establecida entre la marca y el público objetivo tanto en Instagram como LinkedIn.
- Comentarios en las publicaciones.
- Número de "me gusta" acumulados en las publicaciones.
- Crear red de contactos.

## PLAN DE CONTENIDOS

El plan de contenidos permite establecer los temas a desarrollar, ayuda a organizar y generar las ideas para publicar en las diferentes plataformas de redes sociales, o inclusive cualquier medio digital. Asimismo, delimita el rango de temáticas de la estrategia de contenidos.

Las líneas del plan de contenidos de Natalia Moreno se dividirán en tres para la plataforma de **Instagram:**

- **Marketing de contenidos:** donde se darán consejos de cómo utilizar la plataforma de Instagram, conceptos de que es una estrategia de marketing digital y de cómo optimizar tus publicaciones en la misma.
- **Contenido interactivo:** para formar la participación de los clientes con la marca, además de diferentes consejos en el uso de la red social.
- **Contenido de venta:** donde se pretende dar a conocer la marca y los diversos servicios que se ofrecen a los interesados.

Marketing de contenidos	Interacciones	Venta
Presentación de la página de Natalia Moreno	Encuesta sobre como Natalia puede ayudarte en el emprendimiento	Servicios de Natalia Moreno en historia de Instagram
Como tener una mayor difusión en IG	Frase sobre el concepto de Marketing Digital	Servicios de Natalia Moreno en Community Manager y Coordinación de eventos
Ventajas de Instagram con otras redes	x	x
Como aumentar seguidores en redes sociales	x	x
Como optimizar el perfil de Instagram	x	x
Errores comunes en las publicaciones de redes sociales	x	x
Concepto de que es una estrategia de Marketing Digital	x	x

Por qué el hashtag es importante en las publicaciones	x	x
Horarios para publicar en IG	x	x
¿Cómo generar interacciones?	x	x
Como fidelizar tu público	x	x

Las líneas del plan de contenidos de Natalia Moreno se dividirán en tres para la plataforma de **LinkedIn**, entre los servicios que se ofrecen, todos de marketing de contenidos:

- **Community Manager:** donde se darán herramientas para la creación de contenido, conceptos sobre el marketing digital, como fidelizar los clientes, labores de un Community Manager, entre otros.
- **Coordinadora de eventos sociales:** sobre cómo crear un equipo de trabajo y los pasos para la organización de tal evento.
- **Periodista:** donde se pretende marcar la diferencia entre el periodismo tradicional con el digital, también los principios éticos, y consejos sobre hacer una redacción para los medios de comunicación.

<b>Community Manager</b>	<b>Coordinadora de eventos sociales</b>	<b>Periodista</b>
Labores de un Community Manager	Como crear un buen equipo de trabajo	Diferencias entre el periodismo tradicional con el digital
Pasos esenciales para crear un plan de marketing digital	Pasos para la organización de un evento social	Principios éticos de periodismo

Como fidelizar tus clientes	Lenguaje de los líderes exitosos	Tips para una buena redacción
Palabras que tienen poder en marketing	x	x
Claves del marketing emocional	x	x
Herramientas para la gestión de redes sociales	x	x
Cuatro herramientas para análisis de datos	x	x
Aplicaciones para la creación de contenido	x	x
Frase acerca del trabajo de un Community Manager y su importancia con la comunidad	x	x

## CALENDARIOS DE CONTENIDO

### Calendario de Instagram:

Fecha	Hora	Formato	Pilar de Contenido	Copy	Descripción gráfica	Pieza gráfica N°
Lunes 01	5:30 pm	Post	Marketing de contenidos	Hola! Soy Natalia Moreno, soy periodista especializada en Medios Digitales y Redes Sociales y ayudo a mis clientes, emprendedores o empresas que quieran generar interacciones con su público objetivo con una excelente estrategia digital de Marketing #Marketingdigital #Communitymanager #Journalist	Imagen del logo de la marca de Natalia Moreno	1
Martes 02	7:00 pm	Post	Marketing de contenidos	¿Sientes que tu contenido no llega a tantas personas como te gustaría? Puede que estés cometiendo alguno de estos errores:	Imagen sobre el tema, puntualizando los errores	2
Miércoles 03	12:00 pm	Post	Marketing de contenidos	Entre tantas redes sociales, Instagram sigue siendo la plataforma favorita de millones. ¿Por qué? Aquí te dejo algunas ventajas que la destacan frente a otras	Imagen de las ventajas de IG sobre otras	3
Jueves 04	5:00 pm	Historia	Interacción	Te puedo ayudar con tu emprendimiento	Imagen y encuesta en la red social	4

				¿Te gustaría saber cómo?		
Viernes 05	12:00 pm	Historia	Venta	Puedo ayudarte en crear y llevar a cabo una estrategia digital que te permita tener un mayor alcance con tus clientes	Imagen con un megáfono y descripción	5
Sábado 06	8:00 pm	Post	Marketing de contenidos	¿Listo para ver crecer tu comunidad? Aquí te comparto algunas estrategias efectivas para atraer más seguidores a tus redes sociales:	Imagen sobre los tips de crecimiento	6
Domingo 07	7:00 pm	Post	Venta	Como Community Manager, Coordinador de Eventos y Periodista, estoy aquí para ayudarte a destacar en el mundo digital y a conectar de manera auténtica con tu audiencia. Aquí te presento lo que puedo hacer por ti	Imagen sobre los servicios que ofrece Natalia Moreno	7
Lunes 08	12:00 pm	Post	Marketing de contenidos	¿Sabías que tu perfil es tu carta de presentación en Instagram? Aquí te dejo algunos consejos infalibles para que lo lleves al siguiente nivel y maximices tu visibilidad:	Imagen de como optimizar el perfil	8
Martes 09	5:00 pm	Post	Marketing de contenidos	¿Tus publicaciones no tienen el impacto que esperabas? Aquí te dejo algunos errores frecuentes que podrías estar cometiendo y cómo evitarlos:	Imagen sobre los errores que se hacen en las publicaciones	9

Miércoles 10	7:30 pm	Post	Marketing de contenidos	En el mundo actual, tener una estrategia digital sólida es fundamental para destacar y conectar con tu audiencia. Pero, ¿qué implica realmente? Aquí te lo explico:	Imagen describiendo que es estrategia de MKT digital	10
Jueves 11	5:00 pm	Post	Marketing de contenidos	¿Sabías que los hashtags son una herramienta clave para aumentar tu visibilidad en Instagram? Aquí te explico por qué deberías usarlos en cada publicación	Imagen sobre la importancia de los hashtags	11
Viernes 12	8:00 pm	Historia	Marketing de contenidos	Los mejores horarios para publicar en IG Dias de semana, mañanas, almuerzo y noche Fines de semana, sábados y domingos Analiza tu audiencia para identificar cuando están mas activos	Imagen con los horarios para publicar en Instagram	12
Sábado 13	9:00 am	Post	Marketing de contenidos	¿Quieres que tu comunidad en Instagram sea más activa? Aquí tienes algunos consejos para fomentar las interacciones y crear conexiones más profundas con tus seguidores:	Imagen de como optimizar el perfil	13
Domingo 14	5:00 pm	Historia	Marketing de contenidos	Como fidelizar a tu público, ofrece descuentos exclusivos a tus seguidores, anímalos a compartir	Imagen sobre lo que se tiene que hacer para	14

				fotos o testimonios ocupando tus productos, alterna contenido entre publicaciones, reels, lives para despertar interés y mantenlas informadas.	fidelizar a la audiencia	
Lunes 15	5:00 pm	Post	Interacción	Recuerda que no solo se trata de vender, sino de construir relaciones significativas con tu audiencia. Cuanto más auténtico y relevante sea tu mensaje, más resonará con quienes te siguen. #Marketing	Imagen describiendo una frase de MKT digital	15

### Candelario de LinkedIn:

Fecha	Hora	Formato	Pilar de Contenido	Copy	Descripción gráfica	Pieza gráfica N°
Lunes 01	7:30 pm	Post	Community Manager	Hoy en día, un Community Manager es fundamental para el éxito digital de una marca. Aquí te comparto algunas de las principales labores que desempeñamos diariamente para crear comunidades activas y comprometidas	Imagen de las funciones de un Community Manager	16
Martes 02	5:00 pm	Post	Community Manager	¿Quieres llevar tu presencia digital al siguiente nivel? Aquí te comparto los pasos clave para desarrollar un plan de marketing digital sólido y enfocado en resultados:	Imagen sobre los pasos esenciales para un plan de MKT digital	17
Miércoles 03	12:00pm	Post	Coordinadora de eventos	Un buen equipo es la base para lograr grandes resultados. Aquí te comparto algunos principios esenciales para construir un equipo sólido, colaborativo y enfocado en el éxito:	Imagen que explica como formar un buen equipo	18
Jueves 04	9:00 am	Post	Community Manager	El marketing emocional es la clave para crear conexiones profundas y	Imagen donde describe las claves de la misma	19

				duraderas con tu audiencia. Ya no se trata solo de vender productos o servicios, sino de apelar a los sentimientos y valores que generan lealtad y afinidad con la marca. Aquí te comparto las claves esenciales para implementarlo con éxito:		
Viernes 05	8:00 pm	Post	Periodista	El mundo del periodismo ha cambiado radicalmente con la llegada del entorno digital. Hay diferencias clave entre el periodismo tradicional y el periodismo digital que transforman la manera en la que consumimos noticias. Aquí te las explico	Imagen con un megáfono y descripción	20
Sábado 06	7:30 pm	Post	Coordinadora de eventos	Los líderes exitosos no solo destacan por sus habilidades técnicas o estratégicas, sino por el lenguaje que utilizan para conectar, motivar y guiar a sus equipos. Aquí te comparto algunos rasgos clave del lenguaje de liderazgo que inspira grandes resultados:	Imagen sobre las frases usadas por los líderes	21

Domingo 07	12:00 pm	Post	Periodista	El periodismo juega un papel fundamental en nuestra sociedad, pero su impacto solo es positivo si se ejerce con una sólida base ética. Los principios éticos del periodismo guían a los profesionales en la búsqueda de la verdad y en su compromiso con el público. Aquí te comparto algunos de los pilares esenciales	Imagen sobre los principios éticos del periodismo	22
Lunes 08	5:00 pm	Post	Community Manager	Fidelizar a tus clientes no se trata solo de ofrecer un buen producto o servicio, sino de crear una conexión emocional y de confianza que los haga volver una y otra vez. Aquí te comparto algunas estrategias clave para generar lealtad:	Imagen que detalla cómo lograr fidelizar clientes	23
Martes 09	9:00 a.m	Post	Community Manager	En la era digital, gestionar las redes sociales de manera eficiente es crucial para el éxito de cualquier estrategia de marketing. Las herramientas adecuadas no solo ahorran tiempo, también optimizan tu capacidad para crear, monitorear y analizar contenido. Aquí te dejo algunas	Imagen que da algunas herramientas para la gestión de RRSS	24

				de las más recomendadas:		
Miércoles 10	7:00 pm	Post	Coordinadora de eventos	La organización de eventos sociales requiere planificación, creatividad y atención a los detalles. Un evento memorable es el resultado de un proceso bien estructurado. Aquí te comparto los pasos esenciales para llevar tu evento al siguiente nivel:	Imagen de los pasos para la correcta organización	25
Jueves 11	6:30 pm	Post	Community Manager	Las herramientas de análisis de datos no solo nos permiten entender patrones y tendencias, sino que también impulsan la innovación y mejoran la eficiencia en nuestras organizaciones. Aquí te comparto algunas de las herramientas más destacadas:	Imagen sobre cuatro herramientas de análisis de datos	26
Viernes 12	9:00 am	Post	Community Manager	En el mundo del marketing, las palabras que elegimos pueden hacer la diferencia entre captar la atención de un cliente o pasar desapercibido. Utilizar palabras de poder puede transformar nuestra comunicación, generar emociones y	Imagen de cuatro palabras de poder del marketing	27

				motivar a la acción. Aquí te dejo algunas:		
Sábado 13	12:00 pm	Post	Periodista	La redacción es una habilidad clave en el mundo profesional sobre todo para periodistas, y dominarla puede marcar la diferencia. Aquí te comparto algunos tips para mejorar tu escritura:	Imagen con tips para una buena redacción	28
Domingo 14	5:00 pm	Post	Community Manager	En un mundo donde el contenido es rey, contar con las herramientas adecuadas puede marcar la diferencia. Aquí te comparto algunas aplicaciones imprescindibles para potenciar tu proceso creativo:	Imagen de de aplicaciones para la creación de contenido	29
Lunes 15	5:00 pm	Post	Community Manager	Como community manager, sabemos que nuestro papel va más allá de simplemente publicar contenido. Se trata de construir relaciones, generar conversaciones auténticas y conectar con nuestra audiencia de manera significativa.	Imagen de una frase de la función de un CM	30

## BIBLIOGRAFÍA

AMORTEGUI, T. (19 de JUNIO de 2024). *RD STATION*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/blog/es/buyer-persona/>

BLANCO, M. (29 de SEPTIEMBRE de 2017). *LOGICALIS*. Obtenido de <https://blog.es.logicalis.com/analytics/kpis-qu%C3%A9-son-para-qu%C3%A9-sirven-y-por-qu%C3%A9-y-c%C3%B3mo-utilizarlos>

## ANEXOS

Pieza gráfica 1



Pieza gráfica 2



### Pieza gráfica 3

4 principales ventajas de

## Instagram contra otras redes

✓ se basa en imágenes y videos, permite a los usuarios comunicar mensajes de manera rápida y visualmente atractiva.

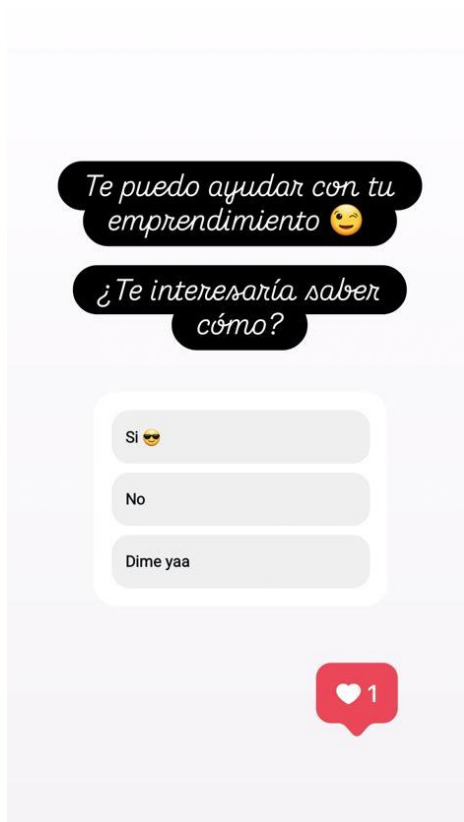
✓ Instagram tiene una de las tasas de interacción (engagement) más altas, a través de likes, comentarios y compartidos

✓ Se convierte en la mejor opción si tu público es joven, ya que la mayoría de usuarios rondan entre los 18 y 34 años

✓ permite que las marcas lleguen a audiencias altamente específicas según intereses, comportamientos



### Pieza gráfica



Pieza gráfica 5



Pieza gráfica 6



Pieza gráfica 7

## SERVICIOS

- ✦ Animación y coordinación de eventos de una manera efectiva para crear algo más que simples experiencias, para transmitir valores
- ✦ Community Manager para mejorar la gestión de la imagen de la empresa a través de:
  - Optimización de contenido
  - Análisis de datos
  - Gestión de la comunidad

@natamorecm

Pieza gráfica 8



Pieza gráfica 9

## ERRORES MAS COMUNES EN PUBLICACIONES

- NO HACER USO DE HASHTAGS ADECUADAMENTE, ESO LIMITA EL ALCANCE
- DESCUIDAR LAS DESCRIPCIONES, PUBLICACIONES SIN TEXTO O POCO ATRACTIVAS NO CAPTAN LA ATENCIÓN
- NO USAR HISTORIAS DE MANERA EFECTIVA PARA INTERACTUAR CON LA AUDIENCIA
- NO ANALIZAR EL RENDIMIENTO, IGNORAR LAS METRICAS Y ESTADISTICAS PERJUDICAN TU ESTRATEGIA

Contáctanos para evitar estos problemas

@NATAMORECM

Pieza gráfica 10

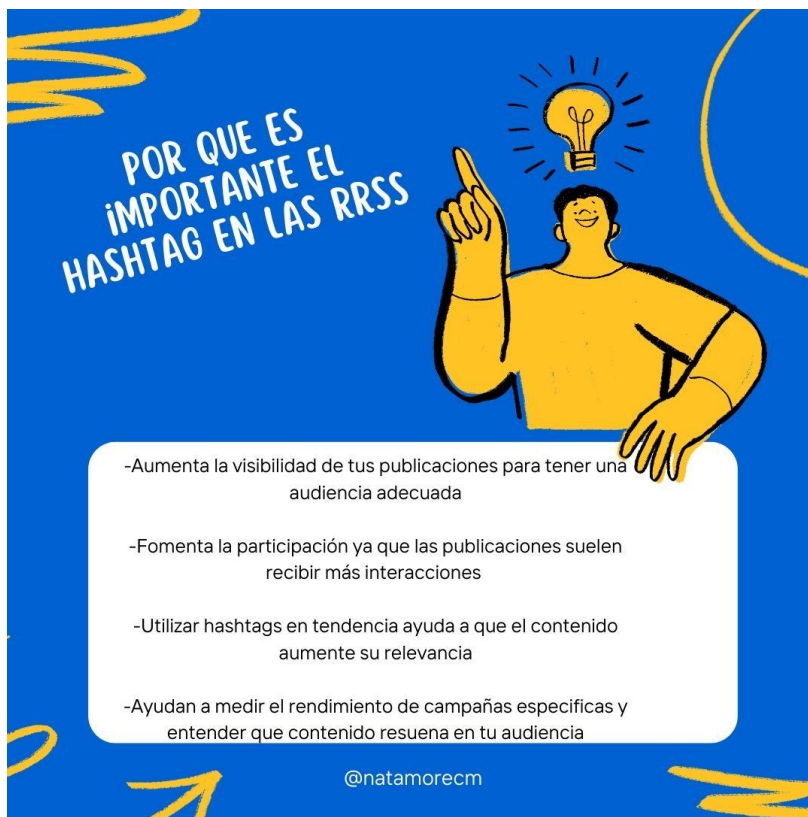
## ¿QUE ES UNA ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL?

Es un plan integral que utiliza diversas tácticas y canales en línea para alcanzar los objetivos de negocio de una empresa. Algunos puntos claves son:

- 01** Definición de objetivos con metas claras y medibles, además de conocer la audiencia.
- 02** Selección de canales, redes sociales, publicidad, etc. También la creación de contenido valioso para la audiencia.
- 03** Ejecución y programación de publicaciones de campañas, monitoreo y análisis mediante las métricas.

@natamorecm

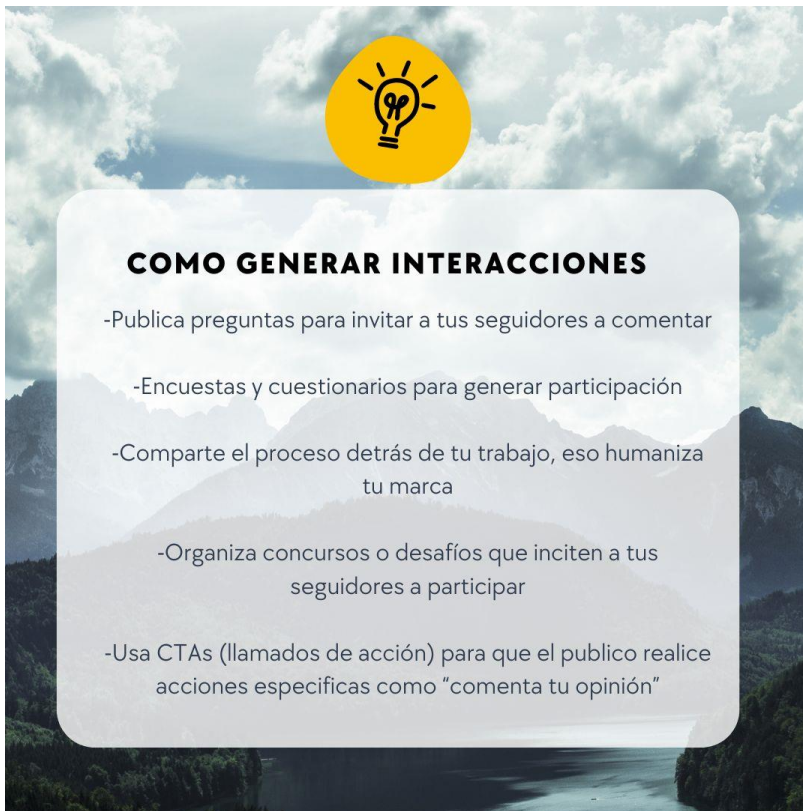
Pieza gráfica 11



Pieza gráfica 12



Pieza gráfica 13



Pieza gráfica 14



Pieza gráfica 15



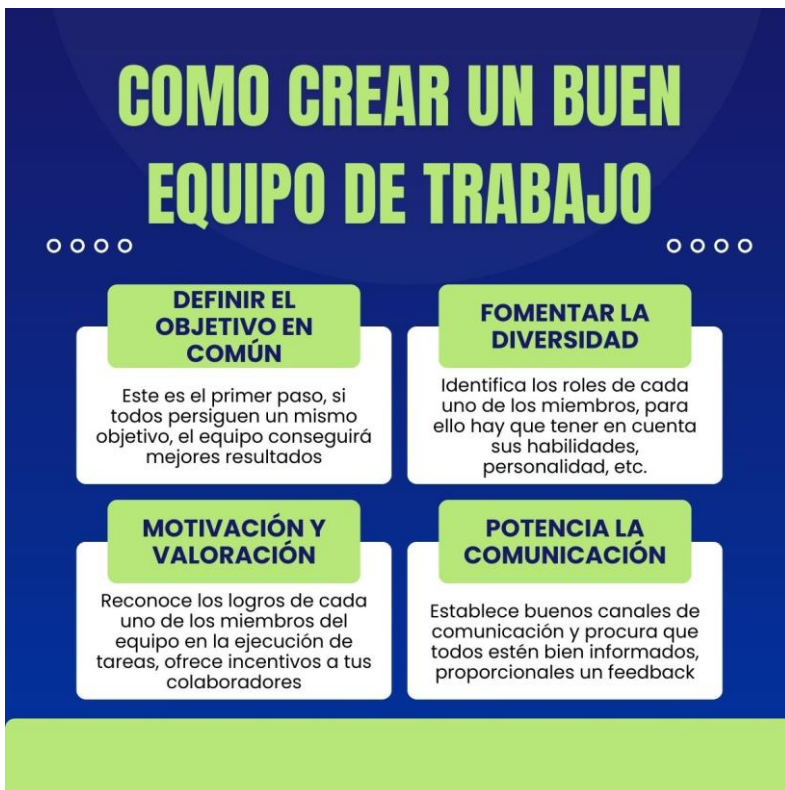
Pieza gráfica 16



Pieza gráfica 17



Pieza gráfica 18



Pieza gráfica 19

## CLAVES DEL MARKETING EMOCIONAL

**VINCULO AFECTIVO**  
Este debe ser humano, cercano y respetuoso con las audiencias.

**EXPERIENCIAS SENSORIALES**  
No te recordarán por lo que dijiste o por lo que hiciste, sino por como los hiciste sentir.

**IMAGINACIÓN**  
Deben ser originales, inspiradores y sobre todo impactantes.

**VISIÓN**  
Deben adaptarse a un contexto social, económico y tecnológico.



Pieza gráfica 20

## PERIODISMO

TRADICIONAL	DIGITAL
<input checked="" type="checkbox"/> Material tangible, como los periódicos, revistas, boletines, etc.	<input checked="" type="checkbox"/> Se viraliza a través de paginas de medios, blogs, redes sociales, etc.
<input checked="" type="checkbox"/> Credibilidad: es más confiable y tiene fuentes más certeras.	<input checked="" type="checkbox"/> Credibilidad: sus fuentes son más inciertas.
<input checked="" type="checkbox"/> Tiempo: es un proceso más lento, porque se necesita ir hasta el lugar de los hechos.	<input checked="" type="checkbox"/> Tiempo: se caracteriza por ser rápido y eficaz por que se pública en internet y empieza a circular.
<input checked="" type="checkbox"/> Interés: leer el articulo completo y sumergirse en una lectura profunda.	<input checked="" type="checkbox"/> Interés: en muchas ocasiones las personas sólo leen el titular y no el articulo completo.
<input checked="" type="checkbox"/> Respuesta: no hay una respuesta inmediata del receptor de la información.	<input checked="" type="checkbox"/> Respuesta: hay respuestas rapida por parte del receptor, ya sea por medio de un comentario, mensaje, etc.

Pieza gráfica 21



Pieza gráfica 22

## PRINCIPIOS ÉTICOS DE PERIODISMO

- Mayor objetividad posible, búsqueda de la verdad y precisión sobre los hechos.
- Independencia, que tu trabajo no obedezca a intereses específicos.
- Equidad e imparcialidad, informar con contexto a las audiencias.
- Humanidad y conciencia sobre el impacto que tiene la información en la sociedad.
- Responsabilidad sobre lo informado.

Natalia Moreno

Pieza gráfica 23

# Como fidelizar tus clientes



**Identifica tus clientes**  
Identifica a los tipos de clientes que componen tu negocio y establece planes personalizados para cada grupo para interactuar mejor con ellos.

**Piensa en largo plazo**  
Planifica la relación con el cliente en función de todo el tiempo que va a permanecer haciendo negocios con tu empresa.

**Escucha la voz de tus clientes**  
Escucha las quejas o reclamaciones de los clientes. Hay que valorar la críticas.

**Comunicación proactiva**  
Comunícate con tus clientes antes de que ellos lo hagan con tu empresa, el dialogo es muy efectivo para fidelizar a la audiencia.

Pieza gráfica 24



# Herramientas para la gestión de redes sociales

- 01. Hootsuite**  
Permite programar publicaciones en múltiples redes sociales, monitorear menciones y realizar informes de rendimiento.
- 02. Buffer**  
Herramienta de programación y análisis para redes sociales, con enfoque en la optimización de horarios de publicación.
- 03. Later**  
Ideal para planificar visualmente el contenido, especialmente en Instagram, y ofrece análisis básicos.
- 04. Sprout Social**  
Combina programación, monitoreo de redes y análisis avanzado en una plataforma integral.

Pieza gráfica 25



Pieza gráfica 26

# LABORES DE UN CM

- ✓ Estar en internet de forma activa.
- ✓ Conocimiento pleno de la empresa.
- ✓ Mejorar la imagen de la marca.
- ✓ Creación de contenido propio.
- ✓ Mejorar la atención al cliente.
- ✓ Seguimiento de la competencia.
- ✓ Conocer al público objetivo.
- ✓ Identificar oportunidades.
- ✓ Crear alianzas.
- ✓ Buscar, seleccionar y compartir contenido relevante.

Natalia Moreno

Pieza gráfica 27



Pieza gráfica 28

## Tips para una buena redacción

- 1. Ordena tus ideas**, realiza un pequeño esquema con las ideas principales y secundarias.
- 2. Usa frases cortas**, se breve, conciso y sencillo para que a los lectores no les cueste trabajo entender el texto.
- 3. No abuses de adjetivos**, los adjetivos dan color a la historia, pero un exceso lo convertirá en sólo un conjunto de palabras.
- 4. No escribas como hablas**, las oraciones habladas y escritas son muy diferentes, no deben de seguir un patrón de charla.
- 5. Usa puntos y comas**, puntuar correctamente ayuda a respirar y comprender al lector, y permite organizar las ideas.
- 6. Revisa y revisa**, lee y vuelve a leer tus textos todas las veces que sean necesarias para detectar los errores ortograficos.
- 7. No uses palabras rebuscadas**, usar palabras cultas no te hacen más inteligente, si no están integradas en el vocabulario del lector, se perderá en el texto.

Pieza gráfica 29



Pieza gráfica 30

“  
Detrás de cada gran comunidad, hay un Community Manager que sabe escuchar, conectar y crear conversaciones que importan.”