

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



TÍTULO

ALTERNATIVA MEDIA: ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

PRESENTADO POR:

GERARDO JAVIER CARDOZA DE LEÓN

DIEGO ALEJANDRO MONGE CISNEROS

ROBERTO CARLOS PARADA LEIVA

CLAUDIO DAVID RAMÍREZ RAMÍREZ

KATY DOLORES VENTURA ESCOBAR

CARNET

CD18015

MC19112

PL16020

RR16051

VE18018

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

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

DOCENTE DEL CURSO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA,
SAN SALVADOR CENTRO, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA,
OCTUBRE 2025

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA
RECTOR

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN MATA
VICERRECTORA ACADÉMICA

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

LICENCIADO PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA
SECRETARIO GENERAL

LICENCIADO CARLOS AMÍLCAR SERRANO RIVERA
FISCAL GENERAL

LICENCIADA ANA RUTH AVELAR
DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA
DECANO

MAESTRA MARÍA BLAS CRUZ JURADO
VICEDECANA

MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA
SECRETARIA

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO
DIRECTORA ESCUELA DE POSGRADO

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

LICENCIADO EDIS EDGARDO MONGE LUNA

JEFE DE DEPARTAMENTO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

AGRADECIMIENTOS

Katy Ventura: Después de luchar por un cupo en la única universidad pública de El Salvador, allá por el 2018, cuando todo parecía difícil y los sueños se veían lejanos, hoy solo puedo decir: gracias, Dios.

Hoy cierro una de las etapas más importantes de mi vida y nuevamente digo: gracias, Dios.

Gracias por darme fuerza cuando sentía que no podía más, por abrir caminos donde no veía salida y por poner en mi vida a personas que fueron apoyo, inspiración y compañía. Cada desafío, cada desvelo y cada momento de duda tuvo un propósito. Hoy puedo ver que todo valió la pena.

A mis padres, Carmen Escobar y Mauricio Ventura, con todo mi corazón: gracias por su amor incondicional, por creer en mí incluso cuando yo misma dudaba, por sus sacrificios silenciosos y por estar siempre presentes, en los buenos y en los malos momentos. Todo lo que soy y lo que he logrado se los debo a ustedes. Gracias por enseñarme que el esfuerzo, la humildad y la fe son la base de todo lo que vale la pena, y por recordarme siempre de dónde vengo y hacia dónde voy.

A mis hermanas y hermanos, por ser ese refugio donde siempre encuentro apoyo, comprensión y cariño. Gracias por sus palabras de aliento, por celebrar cada pequeño logro y por recordarme que los sueños se alcanzan paso a paso.

A William Gómez, gracias por ser mi apoyo incondicional, por darme alas para volar y motivos para seguir. Gracias por creer en mí, por acompañarme con amor, paciencia y fe. Por cada palabra de aliento, por cada abrazo que me devolvió la calma y por recordarme que todo esfuerzo vale la pena cuando se hace desde el corazón. Este triunfo también es tuyo, porque caminaste conmigo cada paso de este proceso.

Aprendí no solo sobre periodismo, sino sobre compromiso, empatía y vocación de servicio. Entendí que el periodismo no solo informa, sino que transforma, visibiliza y da voz a quienes han sido silenciados.

Como decía San Romero de América, podemos ser “la voz de los sin voz”, y en ese camino comprendí que el verdadero sentido del periodismo está en servir. Sin duda, elegí una profesión con propósito: la de comunicar con humanidad y verdad.

Hoy me llena de orgullo decir que lo logré. Este título no representa solo un logro académico, sino una historia de esfuerzo, fe y perseverancia. Este triunfo es nuestro, y especialmente de Dios, quien me ha sostenido siempre.

¡Hacia la Libertad por la Cultura!

AGRADECIMIENTOS

Claudio David Ramírez: Mirar atrás y recorrer mi trayectoria en la Universidad de El Salvador me hace reflexionar sobre todos estos años de aprendizajes, retos y descubrimientos que han marcado mi formación profesional y personal. Hoy, lleno de gratitud, agradezco los momentos que me hicieron crecer y a todas las personas que hicieron posible este camino.

Agradezco primero a Dios, por ser mi guía constante, darme fortaleza en los momentos difíciles y enseñarme a valorar cada paso del camino.

Mis padres, Ángel Olán y Flor Ramírez, quiero expresar mi más profundo agradecimiento por su apoyo incondicional, sus enseñanzas constantes y la confianza que siempre han depositado en mí. Gracias por ser mi guía y por enseñarme, con su ejemplo, valores como la perseverancia, la responsabilidad y la honestidad.

A mis hermanas, Andrea y Luisa Ramírez, les agradezco profundamente por su cariño constante, su ánimo en los momentos difíciles y su compañía incondicional en cada etapa de esta carrera. Mi querida abuela, Guadalupe Ramírez, quien, aunque ya no está físicamente con nosotros, sigue acompañándome con su recuerdo y enseñanzas en cada paso de mi vida. Su legado permanece vivo en mí, y este logro también es para ella, allá en el cielo.

No puedo olvidar a mis fieles compañeras, Cloe y Bonny, quienes con su compañía me brindaron momentos de alegría y tranquilidad en jornadas de estudio y trabajo intenso.

Mi gratitud también se extiende a mis compañeros, amigos y docentes de la carrera, quienes, con su apoyo, consejos, enseñanzas, hicieron que este camino fuera más enriquecedor y significativo. Cada interacción, cada clase y cada proyecto compartido dejó una huella imborrable en mi formación.

Finalmente, agradezco a todos quienes, de alguna manera, hicieron posible que hoy culmine esta etapa académica. Este logro también es suyo, y a todos les expreso mi más sincero agradecimiento. GRACIAS.

¡Hacia la Libertad por la Cultura!

AGRADECIMIENTOS

Javier De León: Han pasado 6 años desde que inicié mi carrera, y es inevitable no sentir nostalgia por aquellos días... Días de estrés, incertidumbre y, sobre todo, optimismo. La Universidad de El Salvador siempre fue mi primera opción al momento de realizar mis estudios superiores, y pese a los altibajos que viví dentro de dicha institución, puedo decir, sin temor a equivocarme, que no me arrepiento de nada.

Asimismo, es muy importante para mí recalcar que el presente triunfo se lo dedico, en primer lugar, a mi principal motor de lucha: mi mami, Ana De León, a quien le atribuyo todos mis logros, pues gracias a su esfuerzo y sacrificios no solo he concluido mi carrera, sino que también he descubierto la mejor enseñanza de todas: valorar mi tiempo. El tiempo con mi familia, mis amigos y todas las personas que han contribuido a mi crecimiento personal, académico y profesional.

También agradezco a esa fuerza invisible capaz de brindarme todas las herramientas necesarias para forjar mi propio camino. Gracias por responder a mis oraciones de manera misteriosa y por, pese a mi rebeldía, siempre venir a rescatarme en los últimos momentos; supongo que es, meramente, por efectos dramáticos. Por eso y mucho más, gracias a Dios.

A mi pequeña familia, quienes simbólicamente también tendrán su nombre en mi título, les agradezco y les reitero que son y serán parte fundamental de mi estrambótico viaje, pues de no ser por su comida caliente, su afecto, sus regaños y sus elogios, probablemente no estaría aquí, escribiendo mis agradecimientos. Gracias, Carmen. Gracias, Kenya. Gracias, Adri y Gracias, Tuthy.

Finalmente, agradezco a quienes compartieron conmigo un tramo de su propio viaje, ya sea en la universidad, en mi antigua escuela o en mi actual trabajo; a los más cercanos y a quienes apenas hablan conmigo; a los que veo de vez en cuando y a los que viven al otro lado del mundo; a los que están, a los que ya no, y a los que me esperan más allá, en el futuro. “A los tristes más tristes del mundo, mis compatriotas, mis hermanos y hermanas.”

¡Hacia la Libertad por la Cultura!

AGRADECIMIENTOS

Roberto Leiva: Han sido años intensos, llenos de aprendizajes, desafíos y experiencias que marcaron mi camino universitario. Hoy, al mirar atrás, siento una mezcla de gratitud, nostalgia y orgullo por haber llegado hasta aquí. La Universidad de El Salvador no solo fue el lugar donde adquirí conocimientos, sino también el espacio donde crecí como persona, aprendí el valor del esfuerzo y comprendí la importancia de la perseverancia.

Este logro no habría sido posible sin el apoyo incondicional de mi madre, Patricia González, quien, con su amor, paciencia y fortaleza, ha sido mi mayor inspiración. Gracias por ser mi guía, por enseñarme a no rendirme y por acompañarme en cada paso, incluso en los más difíciles. También extendo mi gratitud a mi hermana, Michelle Leiva, por su cariño, comprensión y alegría constante. Su compañía ha sido una fuente de motivación que me impulsó a seguir adelante en los momentos en que más lo necesité.

Agradezco profundamente a Dios por darme la fuerza, la salud y las oportunidades necesarias para alcanzar esta meta; por iluminar mi camino cuando parecía perderme y recordarme siempre que todo esfuerzo tiene su recompensa.

Finalmente, expreso mi reconocimiento a todas las personas que formaron parte de esta etapa: docentes, compañeros y amigos que compartieron conmigo largas jornadas de estudio, trabajos en equipo, risas, desvelos y sueños compartidos. Cada uno, a su manera, dejó una huella en este proceso que hoy culmina con satisfacción y esperanza.

A todos y todas, gracias por ser parte de este capítulo tan importante de mi vida. Este logro también les pertenece.

¡Hacia la Libertad por la Cultura!

ÍNDICE

RESUMEN	10
INTRODUCCIÓN.....	11
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN.....	12
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA E INFORMACIÓN GENERAL.....	12
PRESENCIA DIGITAL ACTUAL	13
ANÁLISIS FODA	16
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	18
ANÁLISIS DE FACEBOOK	18
ANÁLISIS DE INSTAGRAM.....	20
ANÁLISIS DE YOUTUBE.....	22
DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS	24
IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO.....	25
SELECCIÓN DE LOS CANALES DIGITALES	27
PLAN DE CONTENIDO	30
ESTRATEGIA SEO.....	31
MEDICIÓN DE ANÁLISIS.....	32
CALENDARIO DE CONTENIDO.....	35
ANEXOS	49
BIBLIOGRAFÍA	61

RESUMEN

Alternativa Media es un medio audiovisual salvadoreño comprometido con la comunicación social, cultural y comunitaria. Su trabajo busca ofrecer una mirada diferente de la realidad nacional, dando voz a sectores y personas que contribuyen al desarrollo del país a través de historias con propósito. Desde sus inicios, ha apostado por la producción de contenido informativo y creativo que promueva la reflexión y el cambio social.

Con una presencia activa en plataformas como YouTube, Facebook e Instagram, el canal combina el periodismo visual con estrategias digitales que fortalecen su alcance, interacción y posicionamiento entre la audiencia. Esta sinergia entre lo audiovisual y lo digital ha permitido consolidar una comunidad en crecimiento, interesada en contenidos con sentido social y valor comunicativo.

La implementación de su estrategia digital se desarrolló mediante lineamientos claros: un análisis exhaustivo de la competencia, la definición de objetivos precisos y una evaluación profunda de la identidad de marca, elementos que permitieron diseñar una estrategia de marketing digital efectiva y coherente.

Palabras clave: Alternativa Media, comunicación social, producción audiovisual, medios digitales, marketing de contenidos, narrativa visual, redes sociales, YouTube, estrategia de contenido, audiovisual salvadoreño, estrategia de marketing.

INTRODUCCIÓN

En un mundo digital cada vez más competitivo y saturado de contenidos, la presencia estratégica en redes sociales se ha convertido en un elemento clave para lograr la visibilidad, el posicionamiento y la sostenibilidad de cualquier marca emergente. Es por eso que el presente estudio está enfocado en crear desde cero una estrategia de marketing digital.

Y para ello, se escogió a la marca denominada: “Alternativa Media”, la cual es una productora audiovisual salvadoreña con más de una década de trayectoria. A pesar de su experiencia y talento creativo, la marca enfrenta el reto de adaptarse a las nuevas dinámicas de consumo digital, en donde la creatividad, la ética y la autenticidad, son tan importantes como la calidad técnica del contenido.

Por tal motivo, Alternativa Media ha iniciado recientemente su incursión formal en plataformas digitales como: Facebook, Instagram y TikTok, lo que plantea una oportunidad única para analizar su posicionamiento actual e identificar áreas de mejora y, por ende, proponer una estrategia que potencie su alcance y conexión con audiencias clave.

Y para ello, se ha realizado un análisis de campo que incluye la revisión de sus redes sociales, el contenido publicado y la interacción con su comunidad, así como también la pieza gráfica y otros elementos que afecten el alcance de su contenido. Esta investigación busca identificar las fortalezas, debilidades y oportunidades de Alternativa Media en el ecosistema digital actual.

Dicho diagnóstico no solo permite comprender el estado actual de la marca en el entorno digital, sino que también sienta las bases para el diseño de una estrategia de marketing digital que responda a sus necesidades reales, conecte con su audiencia objetivo, proyecte su propia personalidad y, claro, forje una identidad atractiva tanto para sus espectadores como sus posibles clientes.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

Para elaborar una estrategia digital es fundamental identificar y describir el entorno en el que se desenvuelve el cliente. En este caso, Alternativa Media es una marca dedicada a la producción audiovisual con aproximadamente diez años de trayectoria. Durante este tiempo ha trabajado como productora de video y fotografía, y ha incursionado en áreas relacionadas, como campañas de comunicación y diseño gráfico.

DESCRIPCIÓN DE LA MARCA E INFORMACIÓN GENERAL

Alternativa Media es una productora audiovisual y estudio de comunicación fundado por William Alberto Gómez Méndez, creado con el propósito de construir una identidad colectiva capaz de transformar realidades mediante narrativas éticas y con sentido crítico. Más que ofrecer servicios técnicos, desarrolla procesos comunicacionales con propósito, combinando calidad, sensibilidad y estrategia para generar contenido que informa, conecta y transforma.

Su enfoque se caracteriza por trabajar desde el contenido y el contexto, construyendo mensajes con fondo y forma. La relación con los clientes se basa en el acompañamiento más que en la simple ejecución, entendiendo cada proyecto como una construcción conjunta. Esta filosofía le permite desenvolverse con solvencia en ámbitos comunitarios, populares y académicos, manteniendo una mirada ética, profesional y flexible ante presupuestos y necesidades reales.

La marca se especializa en producción audiovisual (documentales, cápsulas, reportajes), fotografía profesional, diseño gráfico y editorial, campañas comunicacionales y formación en comunicación estratégica. Su público objetivo incluye organizaciones de la sociedad civil, ONGs, colectivos sociales, universidades, centros de investigación y pequeñas empresas con orientación social, principalmente ubicadas en San Salvador y departamentos como Cabañas, Morazán, Chalatenango, La Libertad y Usulután.

PRESENCIA DIGITAL ACTUAL

A pesar de su experiencia en el ámbito de las comunicaciones, la marca implementó el uso de redes sociales hasta el 2 de julio de 2025. Actualmente, sus perfiles de Facebook e Instagram no cuentan con publicaciones; únicamente en YouTube se han compartido 11 videos, el primero de ellos publicado el 13 de noviembre de 2022.

En cuanto a la optimización de los perfiles de Facebook e Instagram, estos cumplen en buena medida los requisitos básicos: logotipo, breve descripción de servicios, enlaces, emojis, palabras clave y campos de información general completados. Sin embargo, aún existen aspectos por mejorar: en Facebook no se ha colocado una portada; en Instagram faltan actualizaciones de enlaces, creación de highlights y definición de la categoría de la cuenta.

El canal de YouTube, por su parte, tiene los campos de presentación completos, pero carece de portada. Aunque contiene contenido publicado (principalmente campañas sociales y coberturas de eventos) se observa poca actividad reciente: el video más reciente se subió el 15 de noviembre de 2024, y los anteriores datan de 2022, lo que representa un período de inactividad de aproximadamente ocho meses.

El alcance de las publicaciones es limitado: ocho de los once videos registran entre 7 y 24 visualizaciones. No obstante, tres videos destacan con 337, 282 y 125 visitas respectivamente, todos con temáticas de carácter informativo y social. Este comportamiento sugiere que ciertos contenidos generan mayor interés, lo cual será clave para el análisis de métricas y la definición de la nueva estrategia.

LOGO DE LA MARCA:

El logo de Alternativa Media combina sobriedad y dinamismo. El fondo negro proyecta profesionalismo, mientras que el amarillo resalta la energía creativa y el enfoque audiovisual. La cámara en forma de globo refleja lo que representa: una productora que comunica con propósito.



URLS DE REDES SOCIALES ACTIVAS

YouTube: Alternativa Media

www.youtube.com/@alternativamediasv

Facebook: Alternativa Media

<https://www.facebook.com/AlternativaMediaSV>

Instagram: Alternativa Media

<https://www.instagram.com/alternativamediasv/>

CLIENTES FRECUENTES:

- Edad: 28 a 55 años.
- Género: mixto, ligeramente mayor demandado por un público femenino en áreas de comunicación.
- Con intereses en: derechos humanos, medio ambiente, juventud, memoria histórica, participación ciudadana.
- Nivel socioeconómico: medio a medio-alto, con presupuestos moderados y fondos de cooperación.

MAYORES CONSUMIDORES:

- ONGs que ejecutan proyectos relacionados al área de comunicaciones.
- Organizaciones con fondos internacionales.
- Colectivos sociales con campañas puntuales.
- Universidades que divulgan resultados.

BENEFICIOS DEL SERVICIO:

- Traducción de ideas complejas a formatos visuales y comprensibles.
- Narrativas sensibles y éticas que evitan clichés.
- Proveedores confiables con enfoque de procesos.
- Formación accesible y contextualizada en comunicación estratégica.

ANÁLISIS FODA

Este análisis se desarrolla con el objetivo de comprender los factores internos y externos que influyen en el desempeño actual de Alternativa Media. A través de la identificación de sus fortalezas, oportunidades del entorno, debilidades y amenazas, se establecen bases sólidas para la toma de decisiones estratégicas. Permite orientar las acciones de comunicación digital de manera realista, aprovechando los recursos disponibles y anticipando posibles desafíos en el posicionamiento de la marca.

FORTALEZA	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">✚ Más que 10 años de experiencia en producción audiovisual con enfoque social.✚ Premios y reconocimientos que respaldan su calidad técnica y narrativa.✚ Servicios integrales: producción, fotografía, comunicación y consultoría.✚ Compromiso ético y social que genera confianza y diferenciación.	<ul style="list-style-type: none">✚ Mayor demanda de contenido con enfoque humano para instituciones.✚ Acceso a concursos y convocatorias nacionales.✚ Uso de redes sociales para posicionar la marca y crear comunidad.✚ Interés social para temas en derechos humanos, cultura y medio ambiente.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="285 394 760 478">✚ Presencia digital irregular y poca interacción. <li data-bbox="285 533 797 617">✚ Falta de línea gráfica y estrategia de contenido definida. <li data-bbox="285 672 727 756">✚ Escaso uso de herramientas de optimización en redes. <li data-bbox="285 810 654 894">✚ Recursos limitados para producciones constantes. 	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="872 365 1370 449">✚ Competencias con productoras con fuerte actividad digital. <li data-bbox="872 504 1362 588">✚ Inestabilidad en financiamiento de proyectos sociales. <li data-bbox="872 642 1373 785">✚ Saturación de contenidos que reduce el alcance orgánico en redes sociales. <li data-bbox="872 840 1373 924">✚ Cambios en algoritmos que afectan la visibilidad de los contenidos.

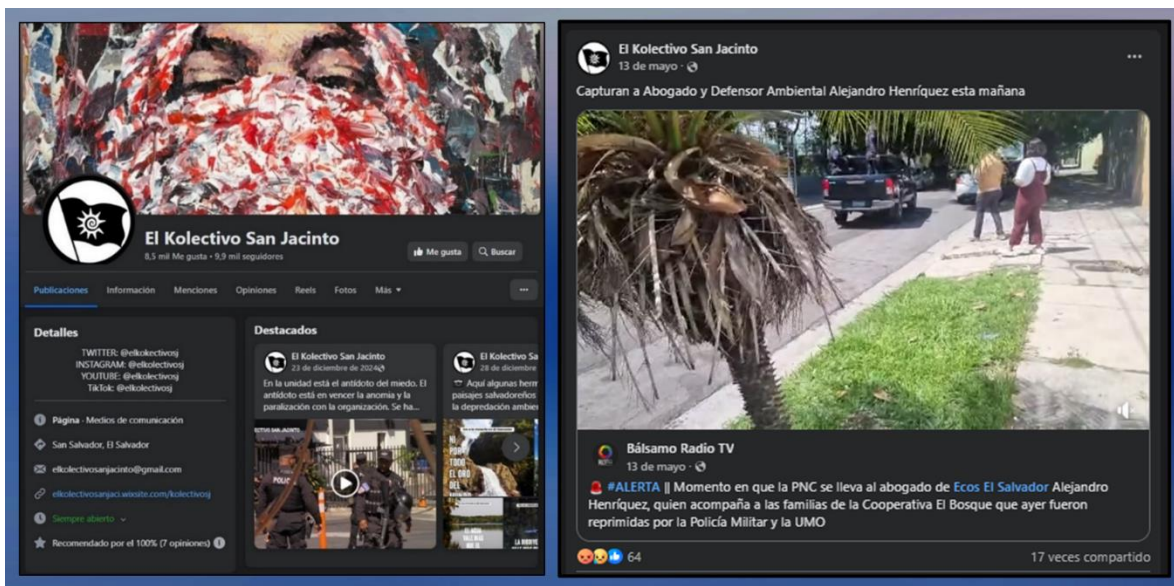
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En esta sección se examinan referentes nacionales que operan en el mismo ámbito de la producción audiovisual y la comunicación digital. El propósito es identificar buenas prácticas, evaluar el nivel de calidad de sus contenidos y detectar oportunidades estratégicas para fortalecer el posicionamiento de Alternativa Media. Este análisis comparativo, realizado a partir de sus perfiles en Facebook, Instagram y YouTube, permite reconocer tendencias, aciertos y elementos diferenciadores que pueden incorporarse a la estrategia digital de la marca.

ANÁLISIS DE FACEBOOK

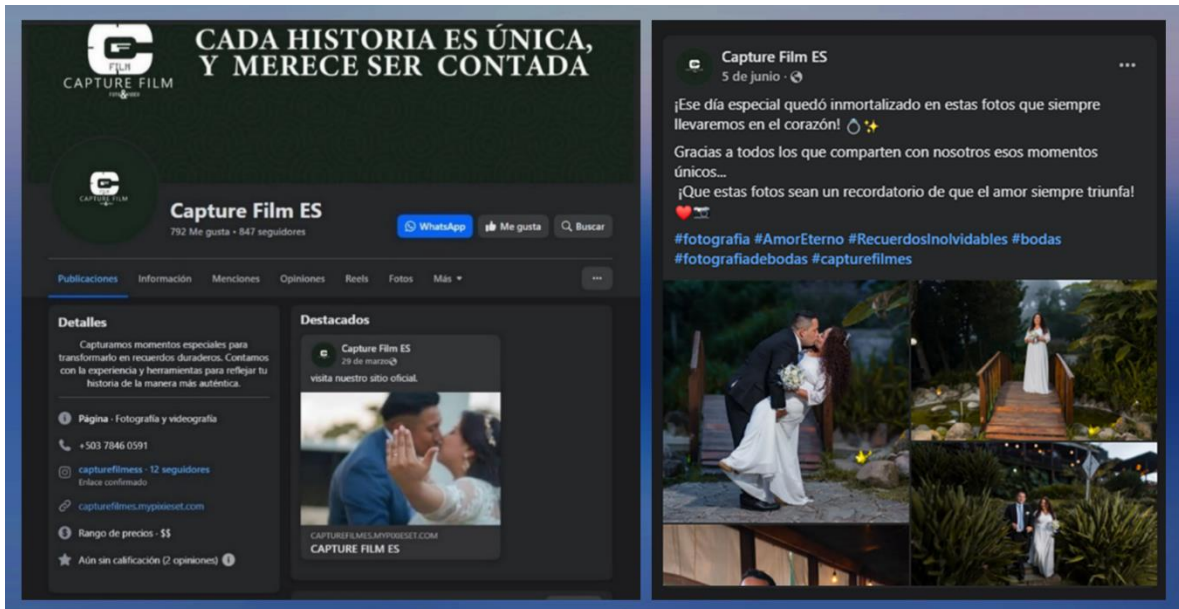
El Kolectivo San Jacinto

Durante los últimos tres meses, la página El Kolectivo de San Jacinto ha mantenido una frecuencia constante de publicaciones compartidas, principalmente informativas, políticas y culturales. Aunque mantiene informada a su audiencia al tanto, presenta baja producción original y escaso uso de formatos dinámicos como Reels o Stories.



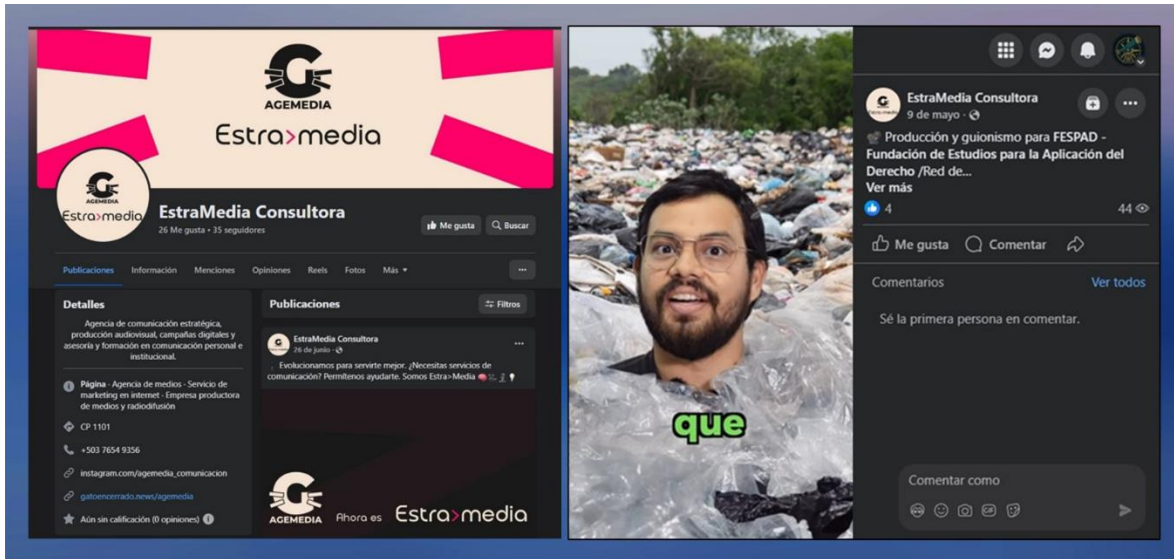
🚦 Capture Film ES

Capture Filme ES publica mayormente reels y fotos de coberturas, sin diseño gráfico ni línea visual definida. En tres meses, apenas registra 8 publicaciones, lo que refleja baja frecuencia y falta de planificación estratégica. La redacción es mínima e informal, sin storytelling ni enfoque en comunidad. La interacción es baja, con promedios de 10 reacciones por post. No se observa estrategia cruzada entre redes.



🚦 Estramedia Comunicaciones

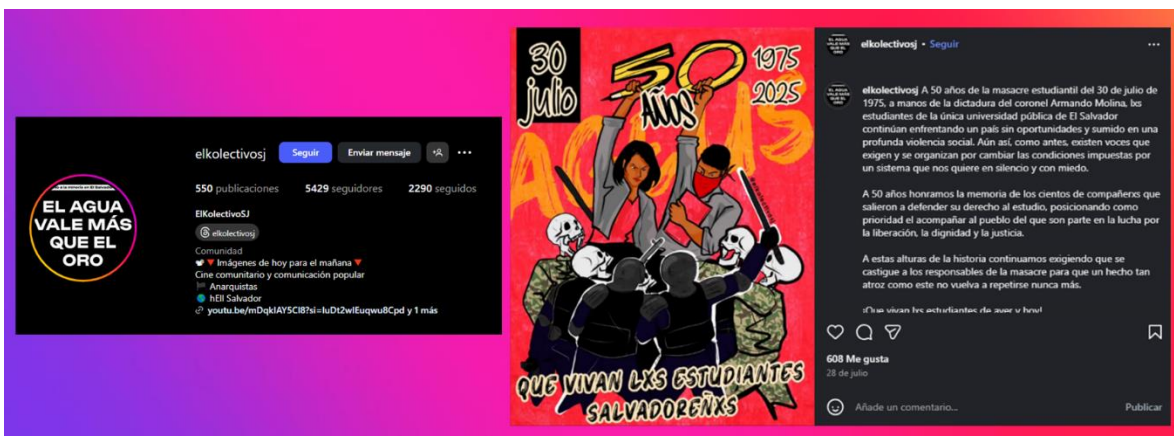
EstraMedia es una agencia de comunicación, producción audiovisual y marketing estratégico. En 2025 ha compartido 10 publicaciones, lo que indica una frecuencia baja pero activa. El contenido es propio con temas generales, aunque sin una línea editorial del todo definida. Las interacciones son limitadas, a pesar de que la redacción cumple con los criterios de marketing digital, mostrando claridad, estructura y propósito comunicativo.



ANÁLISIS DE INSTAGRAM

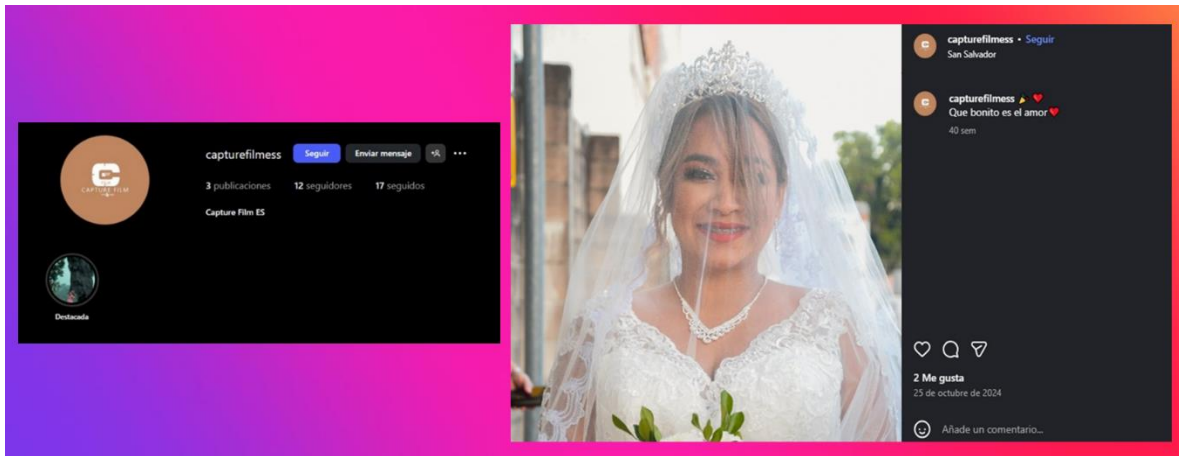
🚩 El Kolectivo San Jacinto

La cuenta ha mantenido una frecuencia constante de publicaciones informativas, políticas y culturales. Predominan las imágenes de eventos y actividades culturales, el uso de reels, stories y carruseles. La interacción es estable, pero no se promueven dinámicas participativas que fortalezcan la comunidad.



🚩 Capture Film ES

El perfil no cuenta con biografía ni enlaces, lo que dificulta conocer su identidad o propósito. Solo registra tres publicaciones fotográficas hechas hasta octubre de 2024, sin redacción ni uso de formatos dinámicos como reels o carruseles. El único highlights carece de contexto, y la cuenta tiene muy baja actividad e interacción.



🚩 Estramedia Comunicaciones

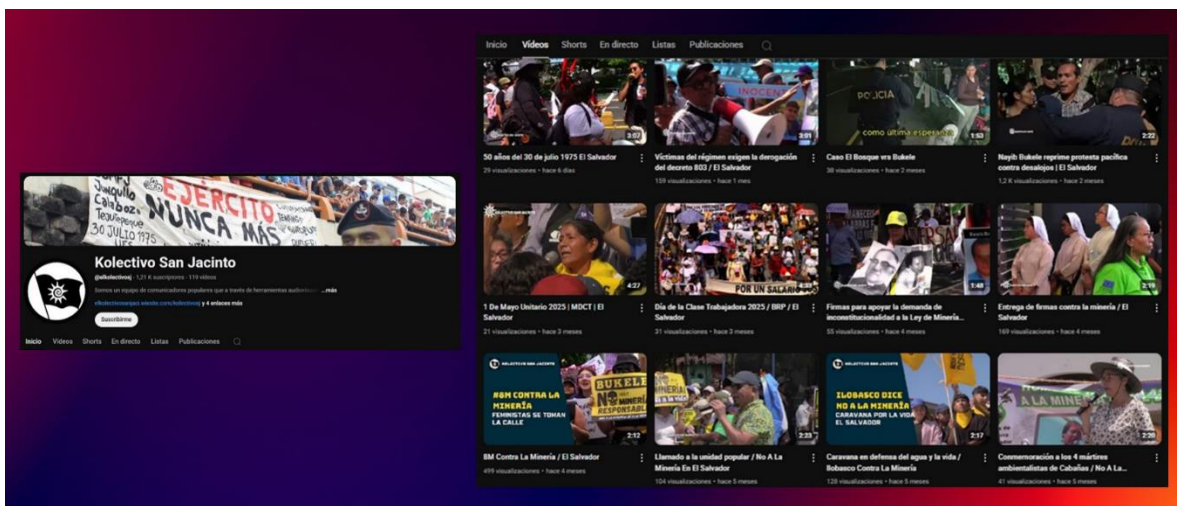
El perfil comparte reels originales y contenido propio, con una redacción adecuada y alineada a su identidad institucional. Sin embargo, la actividad es esporádica y la comunidad aún es reducida (65 seguidores). Las publicaciones, aunque bien ejecutadas, no logran generar un alto nivel de interacción. Además, el contenido es prácticamente el mismo que en Facebook, lo que evidencia una falta de adaptación entre plataformas.



ANÁLISIS DE YOUTUBE

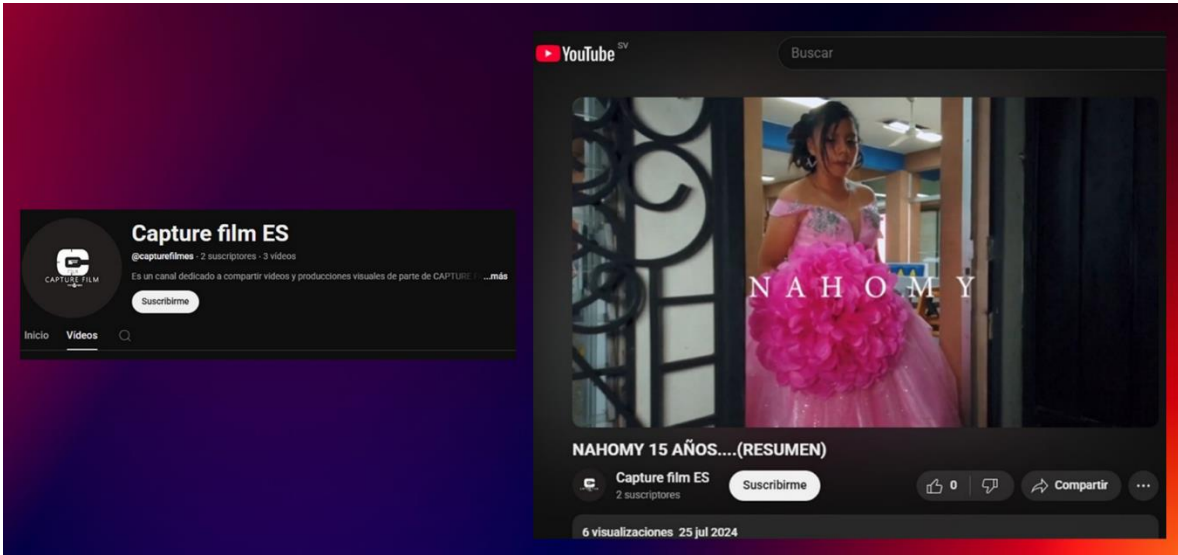
El Kolectivo San Jacinto

El canal ha compartido contenido documental enfocado en sucesos comunitarios, manifestaciones y talleres culturales. Aunque hay más de 100 videos acumulados en más de una década, la frecuencia es irregular y responde a proyectos puntuales. El estilo es narrativo e informativo, con títulos claros y enfoque social. La interacción no siempre es visible, pero el contenido tiene potencial de resonancia por su carga social y territorial.



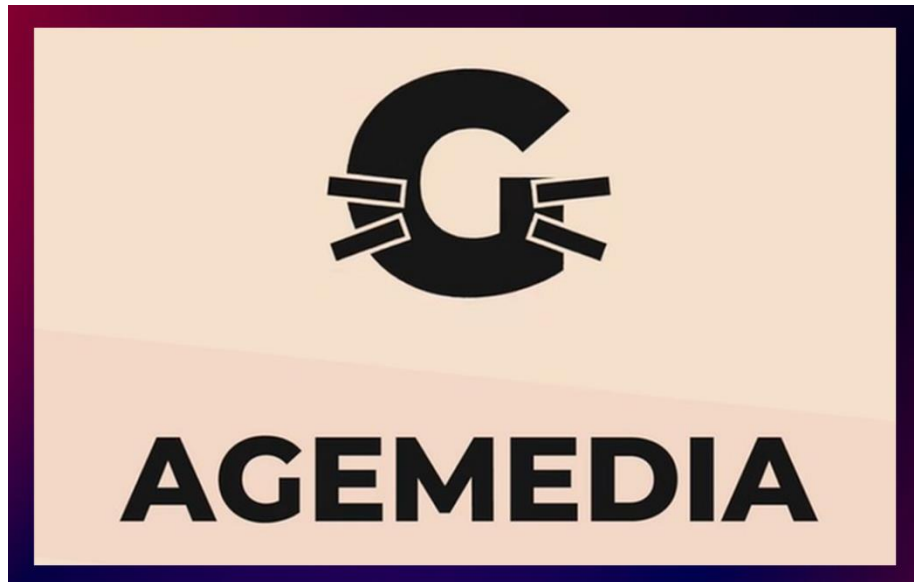
Capture Film ES

El canal fue creado en 2020, pero solo contiene tres videos de un mismo evento social (celebraciones de 15 años), sin evidencia de diversidad temática ni propuesta audiovisual clara. No hay actualizaciones desde julio de 2024, lo que refuerza la ausencia de continuidad, planificación o enfoque profesional en el uso de la plataforma. La información en cada video es mínima, sin descripciones narrativas ni elementos que aporten valor comunicativo



Estramedia Comunicaciones

EstraMedia no cuenta con un canal de YouTube activo. Esto representa una oportunidad desaprovechada, considerando que ofrece servicios de producción audiovisual y campañas digitales con enfoque social e impacto narrativo. La ausencia en esta plataforma limita el alcance de sus proyectos, reduce su portafolio público y debilita su posicionamiento como marca audiovisual.



DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS

Incrementar en un 30% el número de seguidores en las redes sociales oficiales de Alternativa Media durante los próximos tres meses, mediante la publicación constante de contenido audiovisual adaptado a tendencias locales y globales, incluyendo reels, cápsulas informativas y material promocional.

Establecer relaciones sólidas con al menos cinco clientes activos. Mantener la colaboración con tres comunidades durante los próximos cuatro meses, a través de una estrategia de comunicación cercana, seguimiento postproyecto y participación activa en redes sociales, con el fin de fortalecer la lealtad, generar recomendaciones orgánicas y abrir nuevas oportunidades de colaboración.

Aumentar en un 30% la interacción con el público objetivo en un plazo de cuatro meses, mediante la implementación de dinámicas participativas, storytelling y llamados a la acción (reacciones, encuestas, comentarios y compartidos), con el propósito de fortalecer la comunidad digital y posicionar la marca como referente en comunicación social.

Rediseñar los elementos visuales clave de la identidad digital (paleta de colores, tipografía, iconografía, portada y plantillas) y aplicarlos en al menos 15 publicaciones en el primer ciclo de contenido (septiembre 2025), con el objetivo de consolidar una identidad para la audiencia y los potenciales clientes.

Implementar un sistema de asesorías personalizadas para al menos cinco clientes activos durante los próximos cuatro meses, con sesiones mensuales de acompañamiento en comunicación audiovisual y estrategias digitales, para optimizar sus proyectos, mejorar sus resultados en redes sociales y fortalecer su vínculo con la marca Alternativa Media.

IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

Buyer Persona

En esta sección se describen los perfiles que conforman el público objetivo de Alternativa Media, definidos tras analizar sus características, intereses y necesidades. Son personas y organizaciones que requieren comunicación audiovisual con enfoque humano y narrativa estratégica, buscando un aliado que comprenda su contexto y contribuya al logro de sus metas. Esta identificación permite orientar la estrategia digital y garantizar acciones efectivas.

Ana Carolina López
Coordinadora ONG Ambiental

Objetivos y Necesidades

- Comunicar el impacto socioambiental en formatos claros y visuales.
- Documentar proyectos socioambientales para públicos locales e internacionales.
- Visibilizar el impacto de la ONG para atraer financiamiento y alianzas.
- Sensibilizar a comunidades sobre la protección ambiental.

Comportamiento

- Fuentes de información: Portales educativos, radios comunitarias, redes sociales de organizaciones sociales, boletines de ONGs internacionales.
- Canales preferidos: Instagram (imagen institucional), Facebook (difusión comunitaria), YouTube (documentación), WhatsApp (coordinación interna).
- Estilo de consumo: Contenido audiovisual breve, claro y con lenguaje no técnico.

Miedos y Frustraciones

- Creación de material audiovisual que luce bien estéticamente, pero carece de contexto social y ambiental.
- Presupuestos elevados que excluyen a organizaciones pequeñas.
- Productoras con bajo nivel de compromiso que no cumplan los plazos establecidos.
- Generar una percepción negativa de la Organización.

Intereses y Pasatiempos

- Participación activa en jornadas de reforestación.
- Fotografía de la naturaleza.
- Asistir en cine fórum en temas medioambientales y derechos humanos.
- Leer artículos especializados en diversas temáticas.
- Viajar con familia y amigos a nuevos lugares.

¿CÓMO PUEDE AYUDARLE ALTERNATIVA MEDIA EN COMUNICACIONES?

- Producción de contenidos audiovisuales visibilizando las consecuencias del impacto ambiental.
- Diseño de piezas gráficas de contenido visual adaptado a plataformas digitales y redes sociales.
- Brindar acompañamiento técnico con un enfoque humano y accesible.

Edad: 33 años.

Estado civil: Casada, 1 hijo.

Ubicación: San Ignacio, Chalatenango Norte, El Salvador.

Nivel educativo: Licenciatura en Trabajo Social con maestría en Gestión del Medio Ambiente.

Experiencia: 7 años trabajando en desarrollo comunitario y proyectos ambientales.

Ingresos anuales: \$10,800 dólares.



Sofía Alexandra Ventura

Docente Universitaria

Edad: 29 años.

Estado civil: Soltera, sin hijo.

Ubicación: Santa Tecla, La Libertad Sur, El Salvador.

Nivel educativo:
Licenciatura en Ciencias Jurídicas con maestría en Derechos Humanos

Experiencia:
5 años en proyectos de investigación.

Ingresos anuales:
\$15,800 dólares.

OBJETIVOS Y NECESIDADES

- Convertir investigaciones en piezas audiovisuales accesibles.
- Contar con acompañamiento creativo sensible a los derechos humanos.
- Facilitar el acceso a información en derechos humanos con contenido atractivo.
- Difundir hallazgos para generar incidencia social y académica.

COMPORTAMIENTO

- Fuentes de información: Revistas académicas, medios independientes, redes de activistas y organizaciones sociales.
- Canales preferidos: Instagram, Facebook y YouTube.
- Estilo de consumo: Videos cortos en redes sociales y piezas más largas para plataformas académicas, con preferencia por contenidos visuales con contexto y datos confiables.

MIEDOS Y FRUSTACIONES

- Riesgo de malinterpretar o tergiversar investigaciones.
- Productoras que no comprendan la importancia de la sensibilidad ética en la narrativa.
- Dificultad para encontrar aliados que unan rigor académico e innovación.
- Contenidos que no conecten con el público objetivo.

INTERESES Y PASATIEMPOS

- Leer ensayos y libros sobre derechos humanos y movimientos sociales.
- Asistir a foros, seminarios y cine-foros de documentales sociales.
- Colaborar en actividades de incidencia académica.
- Practicar fotografía documental y escribir artículos de opinión.

¿CÓMO PUEDE AYUDARLE ALTERNATIVA MEDIA EN COMUNICACIONES?

- Adaptar investigaciones a cápsulas y documentales sensibles al contexto.
- Crear guías visuales y presentaciones interactivas para eventos.
- Brindar asesoría técnica para optimizar contenido en redes sociales.
- Diseñar estrategias digitales para ampliar alcance.



Adrián José Menjívar

Comunicador Institucional

Edad: 42 años.

Estado civil: Casado, 3 hijos.

Ubicación: San Salvador, San Salvador Centro, El Salvador.

Nivel educativo:
Licenciatura en Comunicaciones con maestría de Gestión Educativa.

Experiencia:
15 años en gestión de comunicación institucional

Ingresos anuales:
\$23,500 dólares.

OBJETIVOS Y NECESIDADES

- Garantizar cobertura audiovisual de eventos y actividades.
- Mantener identidad visual y narrativa en contenidos digitales.
- Fortalecer la imagen institucional para atraer alianzas y matrículas estudiantiles.
- Difundir logros académicos y proyectos sociales para posicionar la institución

COMPORTAMIENTO

- Fuentes de información: Portales educativos, webinars de comunicación institucionales, blogs especializados en educación.
- Canales preferidos: Instagram, Facebook, YouTube.
- Estilo de consumo: Producciones audiovisuales con participación estudiantil y docentes, cápsulas informativas y cobertura de eventos.

MIEDOS Y FRUSTACIONES

- Escasez de propuestas creativas para destacar en el sector educativo.
- Limitada participación de los alumnos y la comunidad en los contenidos digitales promovidos por la institución.
- Dificultad para mantener una presencia digital constante debido a la carga de trabajo interna.

INTERESES Y PASATIEMPOS

- Visitar exposiciones culturales en museos.
- Coleccionar y leer libros sobre innovación pedagógica.
- Redactar artículos educativos.
- Realizar caminatas al aire libre para desconectar y reflexionar.
- Escuchar podcast sobre educación y desarrollo personal.

¿CÓMO PUEDE AYUDARLE ALTERNATIVA MEDIA EN COMUNICACIONES?

- Crear videos y coberturas que reflejen el compromiso académico.
- Implementar estrategias de contenido educativo por red social para ampliar el alcance.
- Capacitar en herramientas de edición para producir material audiovisual profesional.

SELECCIÓN DE LOS CANALES DIGITALES

Facebook

Facebook es un canal clave para **Alternativa Media** porque conecta directamente con las comunidades, organizaciones sociales y entornos educativos que conforman su audiencia objetivo. Esta plataforma resulta ideal para compartir noticias, convocatorias, transmisiones en vivo y generar conversaciones participativas. En particular, permite interactuar con perfiles como *Ana Carolina* y *Adrián*, representantes del público meta que utilizan la red para difusión comunitaria y noticias institucionales.

- ✚ Permite crear comunidades digitales activas.
- ✚ Es útil para compartir información detallada, eventos y actividades.
- ✚ Ideal para segmentar campañas publicitarias según zona geográfica, intereses y comportamientos.
- ✚ Compatible con presupuestos limitados, ya que se pueden obtener buenos resultados orgánicos con contenido bien enfocado.



Instagram

Instagram destaca como una plataforma visual ideal para mostrar la identidad institucional y los procesos creativos de la marca. Los *buyer persona* valoran contenidos estéticos y con narrativa clara, lo que permite utilizar esta red para documentar proyectos, compartir *reels* informativos e inspirar a la audiencia mediante imágenes que transmitan alto valor simbólico.

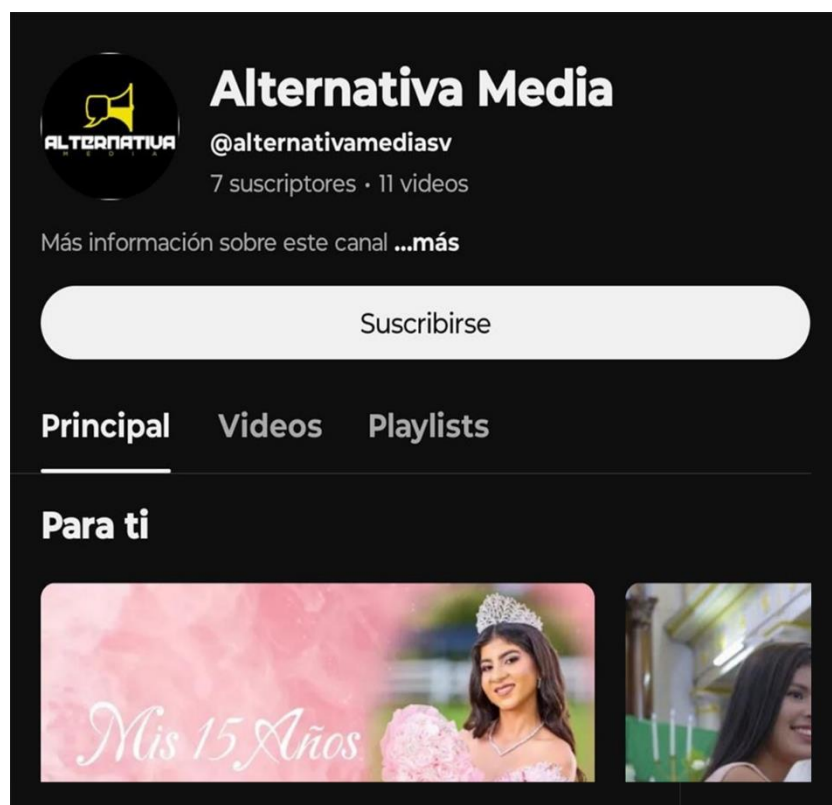
- ✚ Es el canal donde la marca puede reflejar su esencia visual y humana.
- ✚ Utilizado por todos los buyer persona como canal para imagen institucional o difusión general.
- ✚ El formato de reels y carruseles facilita explicar conceptos complejos de forma sencilla.
- ✚ Compatible con una estrategia de contenido breve y frecuente, viable para equipos con tiempo y recursos limitados.



YouTube

YouTube es un canal clave para documentar eventos, entrevistas, cápsulas educativas y narrativas sociales. Su uso es frecuente entre los referentes analizados, especialmente para contenidos de mediana y larga duración. Además, ofrece un alto potencial de posicionamiento en buscadores (**SEO**), lo que respalda el objetivo de **Alternativa Media** de generar incidencia social y visibilizar proyectos e investigaciones.

- ✚ Permite almacenar y organizar contenidos por series o temáticas.
- ✚ Es excelente para profundizar en temas relevantes y crear material de archivo audiovisual.
- ✚ Útil para generar confianza y credibilidad al mostrar el trabajo de manera completa.
- ✚ Puede integrarse fácilmente a otras plataformas como páginas web, redes sociales y presentaciones.



PLAN DE CONTENIDO




El plan de contenido orienta la estrategia digital de Alternativa Media, definiendo las temáticas y enfoques que guiarán la creación de publicaciones. Su propósito es mantener coherencia con los objetivos SMART y reflejar la identidad social y audiovisual de la marca, facilitando la planificación y gestión del contenido en cada ciclo de publicación.

Comunicación con propósito	Producción audiovisual	Identidad visual y marca	Asesoría y servicios	Participación y comunidad
Historias con sentido social o cultural.	Detrás de cámaras.	Aplicación de la nueva paleta de colores.	Tips de grabación y edición.	Encuestas, trivias o preguntas.
Testimonios de beneficiarios o aliados.	Presentación del equipo y roles.	Diseño de plantillas y portadas.	Promociones o paquetes de servicio.	Retos audiovisuales.
Producciones con impacto en comunidades.	Clips de grabaciones y ediciones.	Tipografía institucional.	Consejos para mejorar contenido.	Agradecimientos y menciones.
Mensajes inspiradores o reflexivos.	Portafolio de proyectos recientes.	Composición visual del feed.	Testimonios de clientes satisfechos.	Efemérides o fechas especiales.

ESTRATEGIA SEO

Marketing de Contenido	Branding	Ventas	Interacciones
Cine comunitario	Alternativa Media	Servicios audiovisuales	Encuestas digitales
Comunicación popular	Comunicación estratégica	Portafolio audiovisual	Trivia audiovisual
Audiovisual comunitario	Producción audiovisual	Campañas digitales	Historias interactivas
Proyectos sociales	Identidad visual	Videos institucionales	Preguntas y respuestas
Memoria histórica	Creatividad social	Cobertura de eventos	Dinámicas participativas
Cápsulas educativas	Narrativa visual	Clientes sociales	Diálogo comunitario
Comunicación estratégica	Cine social	Comunicación estratégica	Comentarios

La planificación de contenidos se diseña a partir de la Estrategia de Marketing Digital, con el propósito de garantizar una adecuada organización y optimización de las publicaciones. Esta línea estratégica se desarrolla aplicando la regla 70–20–10, incorporando además palabras clave relacionadas con los objetivos comunicacionales y el enfoque de la marca.

-  70% Contenido de valor (marketing de contenidos y branding).
-  20% Contenido que promueva la interacción (comentarios, reacciones, compartidos).
-  10% Contenido orientado a la venta (promociones, productos o servicios).

MEDICIÓN DE ANÁLISIS

Para garantizar el cumplimiento de los objetivos establecidos en la estrategia digital de Alternativa Media, se han definido indicadores clave de rendimiento (KPI) que permitirán evaluar el impacto de las acciones implementadas, el crecimiento de la comunidad digital y la coherencia entre la propuesta visual, comunicacional y los resultados obtenidos en cada red social.

La medición se realizará a través de las herramientas analíticas nativas de cada plataforma (Meta Business Suite y YouTube Studio), donde se consolidarán los avances y comparaciones mensuales. Este proceso permitirá verificar el grado de cumplimiento de cada objetivo SMART y realizar los ajustes necesarios para optimizar el rendimiento general de la estrategia.

1. Crecimiento de la comunidad digital

El primer indicador corresponde al aumento de seguidores en un 30% durante los tres meses de implementación, medido mediante la Tasa de Crecimiento de Seguidores (Follower Growth Rate) en Facebook, Instagram y YouTube.

Este KPI reflejará la efectividad del contenido publicado, la constancia en la calendarización y la capacidad de Alternativa Media para atraer nuevos públicos a partir de narrativas audiovisuales coherentes y con propósito. Un incremento sostenido demostrará el fortalecimiento del posicionamiento digital de la marca.

2. Relaciones con clientes y comunidades

El segundo indicador evalúa el cumplimiento del objetivo de establecer y mantener relaciones con al menos cinco clientes activos y tres comunidades colaboradoras en un periodo de cuatro meses.

Se medirá mediante el número de colaboraciones, menciones o recomendaciones orgánicas registradas en redes sociales, así como por el seguimiento postproyecto y los formularios de retroalimentación.

El análisis de estos datos permitirá comprobar el nivel de fidelización alcanzado y la efectividad de la comunicación cercana promovida por la marca.

3. Interacción y participación del público

El tercer indicador corresponde al aumento del 30% en la interacción con la audiencia, evaluando métricas como engagement rate, número de reacciones, comentarios, compartidos y respuestas a encuestas o dinámicas participativas.

Este seguimiento se realizará de forma quincenal, utilizando las herramientas de Meta Business Suite y YouTube Studio.

Un crecimiento en la interacción validará el impacto de los contenidos en la comunidad digital y confirmará la capacidad de Alternativa Media para generar conversación e interés en torno a temas sociales y culturales.

4. Coherencia e identidad visual

El cuarto indicador busca medir la aplicación del rediseño visual en al menos 15 publicaciones correspondiente al primer ciclo de contenido (septiembre 2025), considerando coherencia en colores, tipografía, iconografía y composición gráfica.

La evaluación se realizará mediante la observación del feed general en redes sociales y el seguimiento de las plantillas aplicadas en Canva, verificando la consistencia estética y el reconocimiento de marca.









El cumplimiento total de este indicador demostrará una identidad visual sólida, moderna y alineada con los valores institucionales de la marca.













5. Asesorías personalizadas y fidelización

El quinto indicador corresponde a la implementación de un sistema de asesorías mensuales personalizadas para al menos cinco clientes activos durante cuatro meses, con el fin de acompañarlos en la optimización de sus proyectos audiovisuales y fortalecer su vínculo con la marca.

El registro de las asesorías realizadas, la satisfacción reportada en los formularios de evaluación y la continuidad de los clientes en nuevos proyectos permitirán medir el impacto del acompañamiento ofrecido por Alternativa Media.

CALENDARIO DE CONTENIDO

Calendario quincenal para Instagram				
Calendarización				
Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Plan de Contenido	Copy
01/09/2025	10:15 a.m.	Foto + Texto	Marketing de Contenido	<p> Las historias que transforman comienzan con una cámara  y un propósito.</p> <p>En Alternativa Media creemos en el poder del audiovisual para generar conciencia.  </p> <p> ¿Qué historia contarías tú para inspirar un cambio?</p> <p>#Documentales #ProducciónAudiovisual #AlternativaMedia</p>
02/09/2025	11:50 a.m.	Carrusel	Interacción	<p>¿Cuál de estas tomas crees que transmite mejor la esencia de una comunidad?</p> <p> para la primera</p> <p> para la segunda</p> <p> para contarnos tu experiencia</p> <p>#AlternativaMedia #FotografíaSocial #ProducciónAudiovisual</p>

03/09/2025	11:55 a.m.	Foto + Texto	Marketing de Contenido	<p> No grabamos solo imágenes, grabamos realidades que merecen ser escuchadas. Descubre cómo la comunicación ética puede cambiar narrativas invisibles.  </p> <p>¿Quieres aprender a contar historias con impacto social? Síguenos y comenta tus dudas.  </p> <p>#ComunicaciónÉtica #NarrativasSociales #ProducciónAudiovisual</p>
04/09/2025	01:35 p.m.	Story (encuesta)	Interacción	<p> Prefieres ver:</p> <p>A.  Detrás de cámaras de nuestras producciones</p> <p>B.  Consejos para grabar videos de impacto</p> <p>Vota y cuéntanos por qué  </p>
05/09/2025	10:30 a.m.	Reel	Venta	<p>¿Buscas producción audiovisual para tu proyecto social o cultural?</p> <p>En Alternativa Media transformamos ideas en historias que conectan, informan e inspiran.</p> <p> Agenda tu proyecto antes del 30 de septiembre y recibe asesoría creativa gratuita para potenciar tu mensaje.</p> <p> Escríbenos hoy y hagamos que tu historia llegue más lejos.</p> <p>#AlternativaMedia #EventosSociales #CoberturaCultural</p>

06/09/2025	12:35 p.m.	Carrusel	Marketing de Contenido	<p>💡 Tips para que tus videos tengan más impacto:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Conoce a tu audiencia 🎯 2. Cuenta una historia real 🎥 3. Cuida la luz y el sonido 💡🔊 4. Sé breve y directo ✂️ 5. Termina con un llamado a la acción 📣 <p>¿Quieres más consejos así? Síguenos 🌟👉</p> <p>#AlternativaMedia #TipsAudiovisuales #ProducciónDeVideo</p>
07/09/2025	07:30 p.m.	Story	Interacción	<p>Adivina en qué comunidad grabamos hoy.</p> <p>Pista: tienen una lucha por cuidar el medio ambiente 🌱💧</p> <p>Deja tu comentario 🌟👉</p>
08/09/2025	06:30 p.m.	Live	Branding	<p>🔔 HOY EN VIVO 🔔</p> <p>🎬 Ven con nosotros al corazón de Alternativa Media y descubre cómo convertimos ideas en historias que inspiran y transforman.</p> <p>💬 Será tu oportunidad para preguntar, conocer y vivir de cerca nuestro proceso creativo. 📍 En nuestro Instagram Live 🌟 ¡No te lo pierdas!</p> <p>#AlternativaMedia #LiveInstagram #ComunicaciónConPropósito</p>

09/09/2025	11:10 a.m.	Reel	Marketing de Contenido	<p>🌟 Cada evento que cubrimos es una oportunidad para contar historias que otros no muestran.</p> <p>📺 ¿Qué evento social o cultural crees que merece más visibilidad?</p> <p>Comenta tu opinión y síguenos para descubrir más historias con propósito 🧠👉</p> <p>#AlternativaMedia #EventosSociales #CoberturaAudiovisual</p>
10/09/2025	12:15 p.m.	Post	Interacción	<p>📷 ¿Cuál portada de documental te gusta más?</p> <p>Desliza y elige tu favorita 👉🌟 / 💬 Cuéntanos por qué 👉</p> <p>#AlternativaMedia #DiseñoAudiovisual #PortadasCreativas</p>
11/09/2025	01:00 p.m.	Story	Interacción	<p>🎬 Pregúntanos lo que quieras sobre producción audiovisual 🧠👉</p>
12/09/2025	12:15 p.m.	Post	Interacción	<p>📺 Producción audiovisual profesional para tu ONG, colectivo o institución.</p> <p>Transforma tu mensaje en imágenes que movilicen. 🌟🌍</p> <p>✉️ Contáctanos hoy 👉</p> <p>#AlternativaMedia #ServiciosAudiovisuales #ProducciónProfesional</p>

13/09/2025	11:35 p.m.	Carrusel	Marketing de Contenido	<p>🔥 Cómo crear un guion audiovisual con impacto social:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Define el objetivo 🎯 2. Conoce la historia a fondo 📖 3. Escucha a la comunidad 👤 4. Haz que la narrativa emocione ❤️ <p>¿Quieres que lo expliquemos paso a paso? 💡👉</p> <p>#AlternativaMedia #GuionAudiovisual #ImpactoSocial</p>
14/09/2025	08:00 p.m.	Story	Interacción	<p>💬 ¡Tu opinión nos importa!</p> <p>📺 ¿Videos largos o cápsulas cortas? 😞</p>
15/09/2025	07:00 p.m.	Live	Branding	<p>🔔 HOY EN VIVO 🔔</p> <p>Únete a nuestro Live y conoce como Alternativa Media trabaja con un enfoque social 🌍🌟</p> <p>Haz preguntas, descubre proyectos y aprende a hacer una nueva comunicación 💡📺</p> <p>#AlternativaMedia #LiveInstagram #ProducciónAudiovisual</p>

Calendario quincenal para Facebook




Calendarización

Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Plan de Contenido	Copy
01/09/2025	09:30 a.m.	Foto + Texto	Marketing de Contenido	<p>💡 La comunicación estratégica no solo informa, también transforma realidades.</p> <p>En Alternativa Media creemos en el poder de los mensajes para generar cambios 🌍 ✨</p> <p>¿Qué tema crees que debería visibilizarse más en nuestra sociedad? 👤👉</p> <p>#ComunicaciónSocial #EstrategiaDigital #AlternativaMedia</p>
02/09/2025	12:30 p.m.	Foto + Texto	Interacción	<p>📷 ✨ Una imagen puede contar más que mil palabras.</p> <p>Cuéntanos, ¿prefieres historias en foto o video para informarte? 📄💬</p> <p>Escríbelo en los comentarios 👉</p> <p>#ParticipaciónComunitaria #ContenidoAudiovisual #AlternativaMedia</p>
03/09/2025	10:30 a.m.	Post	Marketing de Contenido	<p>🌟 Los proyectos sociales encuentran mayor impacto cuando se comunican con claridad.</p>

				<p>¿Qué proyecto social de tu comunidad merece ser contado? 🗣️👉</p> <p>#CineComunitario #ProducciónAudiovisual #TransformaciónSocial</p>
04/09/2025	09:30 a.m.	Reel	Venta	<p>🎬 ¿Necesitas una producción audiovisual con enfoque humano?</p> <p>En Alternativa Media ofrecemos servicios de producción audiovisual y comunicación estratégica. 🌟💡</p> <p>Escríbanos un mensaje y te contamos más 📧👉</p> <p>#ServiciosAudiovisuales #MarketingDigital #AlternativaMedia</p>
05/09/2025	08:00 p.m.	Post	Marketing de Contenido	<p>📝 La comunicación también es memoria. Cada cobertura es una oportunidad de documentar nuestra historia 📷🌟</p> <p>¿Qué momento no debe olvidarse en El Salvador? 🗣️👉</p> <p>#MemoriaHistórica #DocumentalesSociales #AlternativaMedia</p>
06/09/2025	12:00 p.m.	Reel	Marketing de Contenido	<p>🎬 La producción audiovisual es una herramienta de cambio cuando se une con la comunicación estratégica 🌟💡</p> <p>¿Qué transformación social te gustaría ver reflejada en un documental? 🗣️👉</p> <p>#ComunicaciónTransformadora #AudiovisualSocial #AlternativaMedia</p>









07/09/2025	07:00 p.m.	Story	Interacción	<p>🎬 La producción audiovisual es un puente entre la realidad y la pantalla ✨</p> <p>📊 Encuesta:</p> <p>A) Documentales sociales 🎥</p> <p>B) Cortos culturales 🗣️</p>
08/09/2025	10:00 a.m.	Post + Texto	Marketing de Contenido	<p>🎬 ¿Sabías que una buena narrativa audiovisual puede dar voz a quienes no son escuchados? ✨</p> <p>Descubre cómo lo hacemos en cada proyecto 💡🎥</p> <p>#NarrativaAudiovisual #ProyectosSociales #AlternativaMedia</p>
09/09/2025	07:00 p.m.	Live	Branding	<p>🌟 EN VIVO 🌟</p> <p>En este Live compartiremos cómo transformamos ideas en historias con propósito y por qué creemos en la comunicación como motor de cambio. 🎬</p> <p>👉 Conéctate, pregúntanos en vivo y descubre todo sobre nuestro trabajo creativo. ¡Será un espacio abierto para dialogar! 💡💬</p> <p>#AlternativaMedia #ComunicaciónConPropósito #CineSocial #MediosAlternativos</p>

10/09/2025	09:30 a.m.	Imagen + Texto	Ventas	<p>🌟 Desde coberturas hasta campañas sociales, en Alternativa Media creamos comunicación con impacto. ✨</p> <p>✉ Contáctanos para llevar tu proyecto al siguiente nivel 🚀</p> <p>#ProducciónAudiovisual #EstrategiaDigital #ServiciosComunicativos</p>
11/09/2025	11:00 a.m.	Post + Texto	Marketing de Contenido	<p>🌱 Los talleres comunitarios fortalecen las voces locales y generan aprendizajes compartidos ✨</p> <p>¿Has participado en un taller audiovisual en tu comunidad? 🎬👉</p> <p>#FormaciónComunitaria #CinePopular #AlternativaMedia</p>
12/09/2025	12:00 m.d.	Story	Marketing de Contenido	<p>Tu celular también puede ser una herramienta de cambio ✨</p> <p>En este breve tutorial te mostramos cómo grabar con calidad y creatividad, aprovechando lo que ya tienes a la mano 🎬💡</p> <p>#CineConCelular #AudiovisualComunitario #AlternativaMedia</p>
13/09/2025	08:30 p.m.	Post	Interacción	<p>❤ El storytelling es el corazón de una buena campaña ✨</p> <p>¿Recuerdas una campaña que te haya marcado? 😞</p> <p>💬 Coméntanos 👉</p> <p>#HistoriasQueInspiran #StorytellingSocial #AlternativaMedia</p>







14/09/2025	11:00 a.m.	Post + Texto	Marketing de Contenido	<p> Un viaje en imágenes por los proyectos que marcan nuestra esencia.</p> <p></p> <p>Cada producción refleja nuestro compromiso con el cine social y la comunicación con propósito 🌍💡</p> <p>#CineSocial #ComunicaciónConPropósito #AlternativaMedia</p>
15/09/2025	11:30 a.m.	Carrusel	Marketing de Contenido	<p> ¿Quieres iniciar tu propio proyecto audiovisual comunitario? 🌟</p> <p>Aquí te compartimos consejos básicos que pueden ayudar a colectivos y organizaciones a dar sus primeros pasos en la comunicación con impacto. 💡🌍</p> <p>#ProducciónComunitaria #CinePopular #AlternativaMedia</p>






Calendario quincenal para YouTube

Calendarización

Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Plan de Contenido	Copy
01/09/2025	06:00 p.m.	Video presentación	Marketing de Contenido	<p>¿Quiénes somos en Alternativa Media?</p> <p> Servicios en comunicación estratégica, producción audiovisual y campañas sociales. </p> <p> Suscríbete y activa la campanita para no perderte ningún contenido.</p> <p>#AlternativaMedia #ProducciónAudiovisual #Presentación</p>
02/09/2025	12:30 p.m.	Video promocional	Ventas	<p>Portafolio Audiovisual 2025: Documentales, Eventos y Producciones Sociales.</p> <p>Conoce nuestro portafolio: proyectos que inspiran, conectan y generan impacto social. </p> <p>#CineSocial #ComunicaciónAudiovisual #AlternativaMedia</p>
03/09/2025	01:30 p.m.	Post + Texto	Marketing de Contenido	<p> Consejos prácticos para aprovechar la luz natural en tus grabaciones.</p> <p> Dale like y comparte con tu comunidad  </p> <p>#TutorialAudiovisual #ProducciónComunitaria #AlternativaMedia</p>

04/09/2025	07:00 p.m.	Video	Interacción	<p>🎬 ¿Qué opinan los vecinos sobre el impacto del cine en su comunidad? ✨</p> <p>💬 Comenta tu experiencia en los comentarios 🖱️</p> <p>#CinePopular #ComunicaciónSocial #AlternativaMedia</p>
05/09/2025	12:00 p.m.	Post	Marketing de Contenido	<p>🌟 Comunicar con imagen ya no es un lujo, es una necesidad ✨</p> <p>En Alternativa Media lo hacemos posible con narrativas visuales que conectan con la comunidad y generan impacto social 🌍💡</p> <p>#CineComunitario #ComunicaciónConPropósito</p>
06/09/2025	01:00 p.m.	Tutorial	Marketing de Contenido	<p>📄 Aprende a estructurar historias para proyectos sociales. ✨</p> <p>📄 Descarga la plantilla en el enlace de la descripción. 🖱️</p> <p>#GuionAudiovisual #Documentales #AlternativaMedia</p>
07/09/2025	07:30 p.m.	Encuesta	Interacción	<p>🎥 ¿Qué temas sociales quieres ver reflejados en un documental? ✨</p> <p>💬 Participa dejando en comentarios qué temas deben ser narrados por Alternativa Media 🖱️</p> <p>#ParticipaciónComunitaria #AlternativaMedia #AudiovisualSocial</p>

08/09/2025	01:00 p.m.	Tutorial	Marketing de Contenido	<p> Aprende técnicas sencillas para narrar realidades sociales con creatividad y bajo presupuesto ✨</p> <p> Dale like y comparte con tu comunidad 🌐👉</p> <p>#TutorialAudiovisual #ProducciónComunitaria #AlternativaMedia</p>
09/09/2025	06:30 p.m.	Cápsula	Marketing de Contenido	<p> ¿Qué valor no debe faltar en la identidad de una organización social? ✨</p> <p>#MarcaSocial #IdentidadDigital #AlternativaMedia</p>
10/09/2025	12:30 p.m.	Video promocional	Ventas	<p> Alternativa Media: más de 10 años produciendo historias con sentido social ✨</p> <p>Descubre cómo ayudamos a organizaciones a comunicar con propósito 🌐💡</p> <p> Escríbenos para asesoría personalizada 👉</p> <p>#MarketingSocial #AlternativaMedia #CampañasDigitales</p>
11/09/2025	12:00 p.m.	Short	Marketing de Contenido	<p> Reflexionamos sobre cómo el cine comunitario aporta al aprendizaje colectivo ✨</p> <p>#EducaciónPopular #AlternativaMedia #CineSocial</p>

12/09/2025	06:00 p.m.	Video tutorial	Marketing de Contenido	 Aprende técnicas rápidas para que tus videos se vean profesionales sin equipo caro ✨ #ProducciónAudiovisual #CineComunitario #AlternativaMedia
13/09/2025	11:00 a.m.	Post	Interacción	 ¿Conoces una historia de tu comunidad que deba llegar a la pantalla? ✨  Escríbela en los comentarios 📌 #ParticipaciónDigital #HistoriasQueInspiran #AlternativaMedia
14/09/2025	07:00 p.m.	Video	Marketing de Contenido	 Cápsula audiovisual sobre la memoria histórica y la organización comunitaria ✨ #DocumentalesSociales #MemoriaColectiva #AlternativaMedia
15/09/2025	12:30 p.m.	Video informativo	Marketing de Contenido	 Un recorrido por nuestras producciones que han fortalecido la comunicación social en El Salvador ✨ #AlternativaMedia #CineComunitario #ProducciónAudiovisual

ANEXOS

Piezas Gráficas Instagram

<p>1° Publicación</p> <p>Fecha 01/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	
<p>2° Publicación</p> <p>Fecha 02/09/2025</p> <p>Interacción</p>	
<p>3° Publicación</p> <p>Fecha 03/09/2025</p> <p>Interacción</p>	
<p>4° Publicación</p> <p>Fecha 04/09/2025</p> <p>Story</p>	





<p>5° Publicación</p> <p>Fecha 05/09/2025</p> <p>Venta</p>	
<p>6° Publicación</p> <p>Fecha 06/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	
<p>7° Publicación</p> <p>Fecha 07/09/2025</p> <p>Interacción</p>	
<p>8° Publicación</p> <p>Fecha 08/09/2025</p> <p>Branding</p>	

<p>9° Publicación</p> <p>Fecha 09/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	
<p>10° Publicación</p> <p>Fecha 10/09/2025</p> <p>Interacción</p>	
<p>11° Publicación</p> <p>Fecha 11/09/2025</p> <p>Interacción</p>	
<p>12° Publicación</p> <p>Fecha 12/09/2025</p> <p>Interacción</p>	

<p>13° Publicación</p> <p>Fecha 13/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	
<p>14° Publicación</p> <p>Fecha 14/09/2025</p> <p>Interacción</p>	
<p>15° Publicación</p> <p>Fecha 15/09/2025</p> <p>Branding</p>	

Piezas Gráficas Facebook

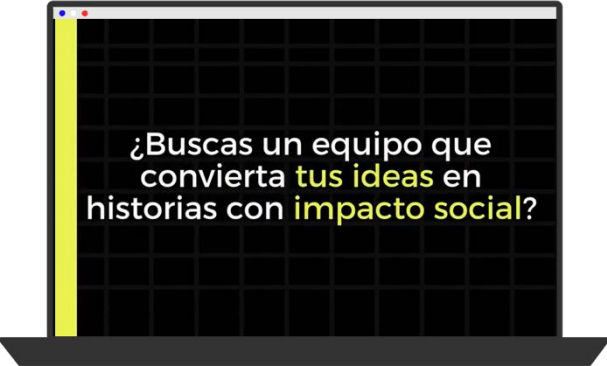
<p>1° Publicación</p> <p>Fecha 01/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	
<p>2° Publicación</p> <p>Fecha 02/09/2025</p> <p>Interacción</p>	
<p>3° Publicación</p> <p>Fecha 03/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	
<p>4° Publicación</p> <p>Fecha 04/09/2025</p> <p>Venta</p>	

<p>5° Publicación</p> <p>Fecha 05/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	 <p>HISTORIAS QUE CONSTRUYEN IDENTIDAD</p> <p>DM PARA MAS INFORMACION</p> <p>alter media nativa</p>
<p>6° Publicación</p> <p>Fecha 06/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	 <p>¿Qué evento social o cultural crees que merece mas visibilidad?</p>
<p>7° Publicación</p> <p>Fecha 07/09/2025</p> <p>Interacción</p>	 <p>¿QUE FORMATO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PREFERES?</p> <p>DOCUMENTAL SOCIAL CORTOS CULTURALES</p>
<p>8° Publicación</p> <p>Fecha 08/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	 <p>alter media nativa</p> <p>VOZ, IMAGEN, ACCIÓN</p> <p>Cada proyecto es un puente hacia nuevas voces.</p>

<p>9° Publicación</p> <p>Fecha 09/09/2025</p> <p>Branding</p>	
<p>10° Publicación</p> <p>Fecha 10/09/2025</p> <p>Venta</p>	
<p>11° Publicación</p> <p>Fecha 11/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	
<p>12° Publicación</p> <p>Fecha 12/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	

<p>13° Publicación</p> <p>Fecha 13/09/2025</p> <p>Interacción</p>	
<p>14° Publicación</p> <p>Fecha 14/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	
<p>15° Publicación</p> <p>Fecha 15/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	

Piezas Gráficas YouTube

<p>1º Publicación</p> <p>Fecha 01/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	
<p>2º Publicación</p> <p>Fecha 02/09/2025</p> <p>Ventas</p>	
<p>3º Publicación</p> <p>Fecha 03/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	
<p>4º Publicación</p> <p>Fecha 04/09/2025</p> <p>Interacción</p>	

<p>5° Publicación</p> <p>Fecha 05/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	
<p>6° Publicación</p> <p>Fecha 06/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	
<p>7° Publicación</p> <p>Fecha 07/09/2025</p> <p>Interacción</p>	

<p>8° Publicación</p> <p>Fecha 08/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	
<p>9° Publicación</p> <p>Fecha 09/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	
<p>10° Publicación</p> <p>Fecha 10/09/2025</p> <p>Ventas</p>	
<p>11° Publicación</p> <p>Fecha 11/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	

<p>12° Publicación</p> <p>Fecha 12/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	
<p>13° Publicación</p> <p>Fecha 13/09/2025</p> <p>Interacción</p>	
<p>14° Publicación</p> <p>Fecha 14/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	
<p>15° Publicación</p> <p>Fecha 15/09/2025</p> <p>Marketing de Contenido</p>	

BIBLIOGRAFÍA

Alonso, M. (27 de Diciembre de 2024). *Buyer Persona: qué es y cómo hacer uno para tu proyecto*. Obtenido de Asana: <https://asana.com/es/resources/buyer-persona>

Friedman, C. (16 de Julio de 2024). *The 70-20-10 Rule – Adding Value and Building Community*. Obtenido de Vanquish Media Group:
<https://vanquishmediagroup.com/the-70-20-10-rule-adding-value-and-building-community/>

Hoe, D. (3 de Julio de 2024). *Análisis FODA: ¿Qué es y cómo hacerlo?* Obtenido de Salesforce: <https://www.salesforce.com/mx/blog/analisis-foda/>

Objetivos SMART. (23 de Abril de 2024). Obtenido de Repsol:
<https://www.repsol.com/es/energia-avanzar/personas/objetivos-smart/index.cshtml>

Twin, A. (17 de Junio de 2025). *KPIs: What Are Key Performance Indicators? Types and Examples*. Obtenido de Investopedia:
<https://www.investopedia.com/terms/k/kpi.asp>