

Universidad de El Salvador  
Facultad de Ciencias y Humanidades  
Departamento de Periodismo



## **TÍTULO**

Estrategia de Marca: Jelounany

Presentado por: Daniela Jazmín López Preza  
Carné: LP14007

Informe final del Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes  
Sociales para optar al título de Licenciatura en Periodismo

Docente del curso: Licenciada. Silvia Estrada

Ciudad Universitaria, 22 de febrero de 2022

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**MSC. ROGER ARMANDO ARIAS**  
RECTOR

**PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ**  
VICERRECTOR ACADÉMICO

**ING. JUAN ROSA QUINTANILLA**  
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

**ING. FRANCISCO ALARCÓN**  
SECRETARIO GENERAL

**LIC. RAFAEL HUMBERTO PENA LARÍN**  
FISCAL GENERAL

**LIC. LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE**  
DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

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

**MSC. ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS**  
DECANO

**MSC. SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO**  
VICEDECANA

**MSC. JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS**  
SECRETARIO DE LA FACULTAD

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

**MSC. CARLOS ERNESTO DERAS**  
JEFE DE DEPARTAMENTO

**MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**  
COORDINADOR GENERAL DE LOS PROCESOS DE GRADO

**SILVIA MARÍA ESTRADA**  
DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

*A María Luisa y Gladys, por quienes cada esfuerzo vale la pena.*

*A Rocío, mi roca en los momentos de caos.*

*A mi familia, mi infaltable motivación.*

*A quienes estuvieron.*

*A quienes están.*

*Gracias.*

# ÍNDICE

<b>RESUMEN.....</b>	<b>5</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA.....</b>	<b>7</b>
<b>LOGO .....</b>	<b>8</b>
<b>DESCRIPCIÓN DE LA MARCA E INFORMACIÓN.....</b>	<b>9</b>
<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>10</b>
<b>KPI's (INDICADORES CLAVES DE DESEMPEÑO) A MEDIR .....</b>	<b>10</b>
<b>FODA.....</b>	<b>11</b>
<b>REDES SOCIALES .....</b>	<b>12</b>
<b>LÍNEAS DE CONTENIDO .....</b>	<b>12</b>
<b>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....</b>	<b>13</b>
<b>BUYER PERSONA .....</b>	<b>15</b>
<b>CALENDARIO DE CONTENIDOS.....</b>	<b>18</b>
<b>SOCIAL MEDIA PLANNER.....</b>	<b>25</b>
<b>Referencias .....</b>	<b>30</b>

## **RESUMEN**

En este documento, se presenta la puesta en práctica de los conocimientos obtenidos en el Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales; una muestra de la construcción de una estrategia de marca desde cero, partiendo de una idea y tomando como base, los puntos claves a destacar para que esta obtenga los resultados propuestos.

El objetivo de este producto, es dar una muestra de las herramientas y estructura que una estrategia digital debe incluir, tales como la creación del nombre y logo de la marca, sus objetivos, sus fortalezas, qué lo hace diferente de su competencia, la organización de un calendario de contenidos, entre otros pasos para el posicionamiento de la misma en el mercado digital.

Es importante también, dentro de este trabajo, tomar en cuenta el contexto en el que este fue producido y los espacios en los que se plantea para que pueda crecer y generar beneficios y otras experiencias para la persona desarrolladora, por lo que se interpreta el obligado uso de las redes sociales y medios digitales a causa del COVID 19, como una significativa situación a tomar en cuenta para lo realizado y hasta cierto punto, una ventaja dentro del ambiente virtual debido a una mayor cantidad de usuarios y consumidores.

Palabras clave:

Logo, marketing, SEO, engagement, contenidos, redes sociales, posicionamiento, KPI's, competencia, contenido de valor, hashtag, post.

## INTRODUCCIÓN

Ante la constante actualización digital, el aprender nuevas herramientas virtuales para desarrollar capacidades acordes a los contextos formativos y laborales se vuelve esencial, por ello, se consideró oportuno un espacio en el que se estudien y analicen estas nuevas experiencias virtuales, dando paso al Curso de Especialización en Medios Digitales y Redes Sociales.

En este, las y los estudiantes tuvieron la oportunidad de crear una estrategia de marketing para una marca específica seleccionada o creada por cada uno.

Para el presente, la estrategia se desarrolló para la cuenta @jelounany, un perfil de Instagram dedicado a la ilustración.

La estrategia para @jelounany se desglosa partiendo de la situación actual de la marca, cuáles son los objetivos que desea alcanzar y qué características la hacen una marca diferente al resto.

Para concretar las metas trazadas, se creó un Social Media Planner en el que se calendarizan los contenidos a publicar los primeros 15 días del desarrollo de la estrategia. En este calendario se tomó en cuenta el texto, los recursos gráficos, los hashtags a utilizar, hora y fecha de la publicación y cada uno de los detalles que convertirán un post, en un contenido exitoso. Esto con el fin de generar engagement con las y los seguidores de la cuenta y establecer fidelización.

En general, el producto final del proceso de aprendizaje en relación al curso, es una referencia, una pauta para tomar como guía para la creación de una marca y su funcionamiento ideal para que esta sea productiva.

## **SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA**

La cuenta @jelounany fue creada en 2019, sin embargo, sus publicaciones no han sido constantes y actualmente se encuentra en una etapa de “abandono” de la cual se partirá para crear una estrategia y tener nuevamente actividad que reviva el perfil y genere un engagement con los seguidores.

La página no tenía una estrategia de contenidos, al ser una cuenta de marca personal no se estableció una planificación de publicaciones ni una estrategia SEO, por lo que se debe crear un calendario de contenidos a partir del análisis que se realizará.

Actualmente se han realizado 15 publicaciones, las cuales tienen una interacción en likes de entre 18 y 30. Los seguidores de la cuenta son 62.

## LOGO

Aunque la cuenta fue creada en 2019, es hasta septiembre de 2021 que, por fin, tiene un logo:



El logo tiene que poder mantener su personalidad e identificación en tamaños muy diversos, y tomando en cuenta que el objetivo de la estrategia de comunicación y marketing digital es llevar la marca a un crecimiento que genere nuevas oportunidades y situaciones, se pensó en la creación de un logo responsivo que pueda adaptarse a diferentes espacios y necesidades; su composición finalmente debería funcionar para diseños horizontales, verticales, etiquetas, ¿y por qué no productos físicos como camisetas, tazas, o elementos más pequeños como llaveros? La idea no es un logo diferente para cada espacio, sino una composición diferente de los elementos respetando su identidad.

## **DESCRIPCIÓN DE LA MARCA E INFORMACIÓN**

@jelounany es una cuenta creada para compartir principalmente contenido gráfico de ilustración a papel y lápiz, también llamada ilustración análoga, teniendo como base ciertas características que generan una identidad en cada dibujo, tales como lo cotidiano, feminismo, humor, literatura y cultura pop. Un coctel que deja como resultado, contenidos que puedan ser de interés para un público variado.

El contenido que ofrece son ilustraciones de rápida creación, trazos imperfectos, delicados, uso de colores primarios, escala de grises y acuarelas. Las ilustraciones son realizadas a partir de ocurrencias que surgen de lo cotidiano, desde una perspectiva de humor y elementos retomados del movimiento feminista adaptados a la cultura pop.

El distintivo como marca personal es la imperfección y lo casuales y espontáneas que pueden resultar las ilustraciones.

El objetivo es posicionar la cuenta de modo que esta pueda servir como herramienta para comunicar temáticas que identifiquen principalmente a mujeres y que vayan desde lo simple y gracioso, hasta situaciones complejas que aborden problemáticas sociales. Educar.

“Dibujando garabatos desde 1996. Tomar la realidad y utilizar papel y lápiz para explicarla.”

## **OBJETIVOS**

Generales:

- Que reconozcan mi marca como freelance.
- Obtener clientes.
- Posicionarme como ilustradora.

Específicos:

- Vender artículos con mis ilustraciones.
- Trabajar proyectos con otros/as ilustradores.
- Ser contactada para ilustrar murales en espacios públicos o negocios particulares como restaurantes, tiendas nuevas, etc.
- Que muchas personas puedan compartir mis ilustraciones en sus perfiles al sentirse identificados con el contenido.

## **KPI's (INDICADORES CLAVES DE DESEMPEÑO) A MEDIR**

- Cuántos nuevos seguidores tiene la página.
- Personas que interactuaron con los contenidos.
- Crecimiento en el porcentaje de engagement.
- Cuántas personas compraron artículos.
- Cuántos mensajes se recibieron.
- Cuántas dudas se resolvieron.
- Personas que me contactaron para participar con sus emprendimientos.
- Audiencia que solicitó X ó Y contenido.
- Veces que se compartieron los post.

## FODA

¿Qué es el análisis FODA?

El análisis FODA se define como un acrónimo de las palabras “fortaleza, oportunidades, debilidad y amenazas”, esta es una técnica de análisis de investigación de mercado que se utiliza para evaluar el desempeño de un emprendimiento, institución, marca o empresa y se utiliza para desarrollar estrategias comerciales efectivas.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>- Buen nivel de aceptación</li><li>- Creación de contenido rápido</li><li>- Buena interacción en stories</li><li>- Ilustraciones poco comunes</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Permitir que el público sugiera contenidos y así fidelizar</li><li>- Fechas clave para generar contenidos acorde a eso, como ilustraciones 15 sept, día de la niña, contexto nacional, etc.</li><li>- Que la gente comparta los post</li></ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>- No hay constancia en la publicación de contenidos</li><li>- Cuenta poco reconocida</li><li>- Muchas cuentas relacionadas a la ilustración</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Perder seguidores por falta de actividad</li><li>- Surgimiento de nuevas y más cuentas que se dedican a la ilustración</li><li>- Nuevas tendencias de RR.SS. que no están abordadas para la cuenta</li></ul>

## **REDES SOCIALES**

Se seleccionó Instagram como canal, debido a que es una red social muy utilizada por nuestro público meta y buyer personas, además de cumplir con ciertas características que coinciden con las necesidades publicitarias de la marca personal @jelounany, ya que su uso principal es para productos gráficos y permite una gran cantidad de formatos para ofrecer los contenidos, tales como imágenes, stories, reels, highlights, entre otros.

## **LÍNEAS DE CONTENIDO**

Contenido sobre la marca.

Es necesario que la audiencia conozca sobre el por qué de la cuenta.

- Stories friendly de interacción con las audiencias.

De esta forma generamos un vínculo agradable entre la marca y el público y las personas se sienten parte de él.

- Videos tutoriales.

En el caso de que haya gente que quiera aprender a ilustrar, se publicarán tutoriales sencillos para principiantes y tips.

- Post con diseño gráfico.

Para promover artículos de venta y viñetas que puedan utilizarse en sus propios perfiles, de esta forma promueven la marca.

- Fotografías de ilustraciones.

El trabajo como ilustradora y el centro de interés de las audiencias.

- Post sobre la autora.

De esta forma se genera identidad y empatía, creando engagement

- Post de consulta sobre lo que les gustaría ver.

Así el público puede ver las ideas de la marca pero también sus ideas plasmadas.

# ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

## SONIA LAZO

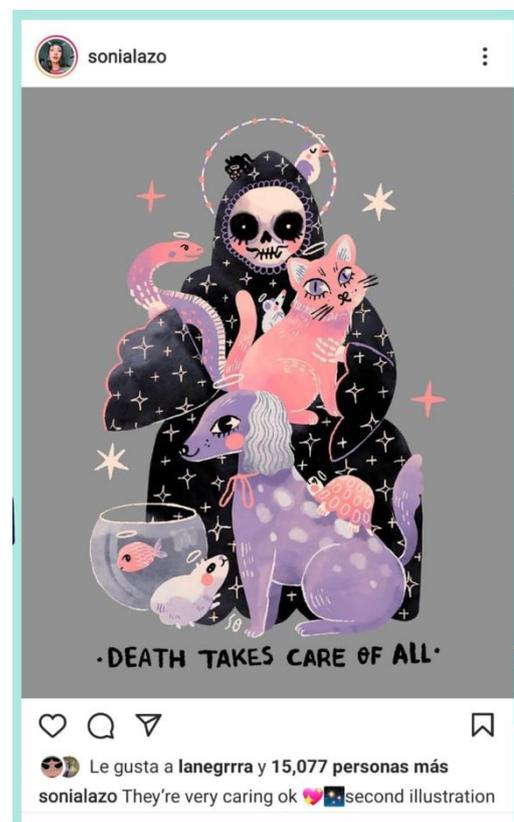
@Sonialazo es una ilustradora salvadoreña reconocida a nivel internacional.

Cuenta con casi 150k seguidores y sus post suelen tener un alcance de entre 1000 y 15k likes y más de 30 comentarios. Su forma de ilustración es digital y realiza al menos 1 publicación diaria y 5 stories. Además de promocionar su línea de ropa con sus ilustraciones.

En sus publicaciones destaca una ilustración limpia, con un enfoque gótico y surreal pero a la vez tierno y mágico.

En cada post hace uso de descripciones breves acompañadas de más de 20 hashtags.

Sus publicaciones son orgánicas y su cuenta tiene más de 8 años de estar activa.



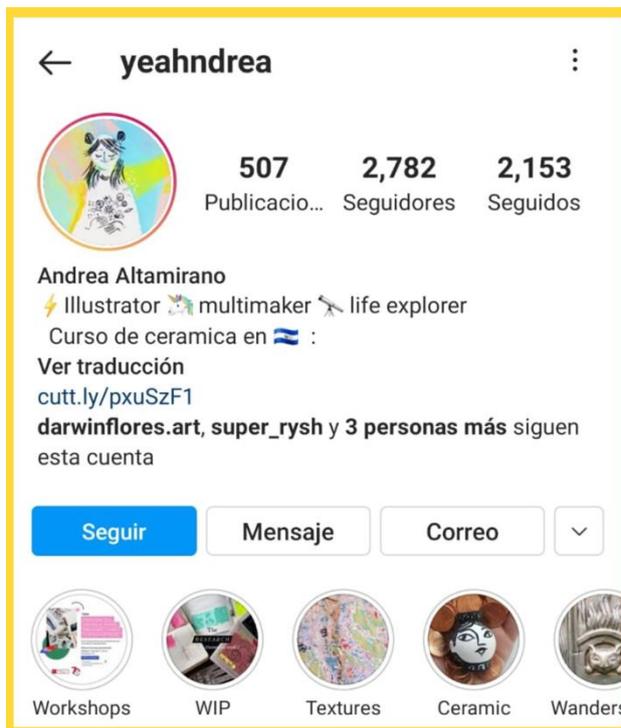
## ANDREA ALTAMIRANO

@Yeahndrea es una ilustradora análoga que además de sus dibujos, presenta en sus contenidos diferentes formas de crear a través de bordados y fotografía de elementos con doble mensaje.

Cuenta con 2876 seguidores. Instagram es su único canal.

Sus publicaciones suelen tener un rango de interacción en likes de 100 a 200 personas.

Utiliza de 10 a 20 hashtags y sus copys son generalmente de dos o tres palabras descriptivas.



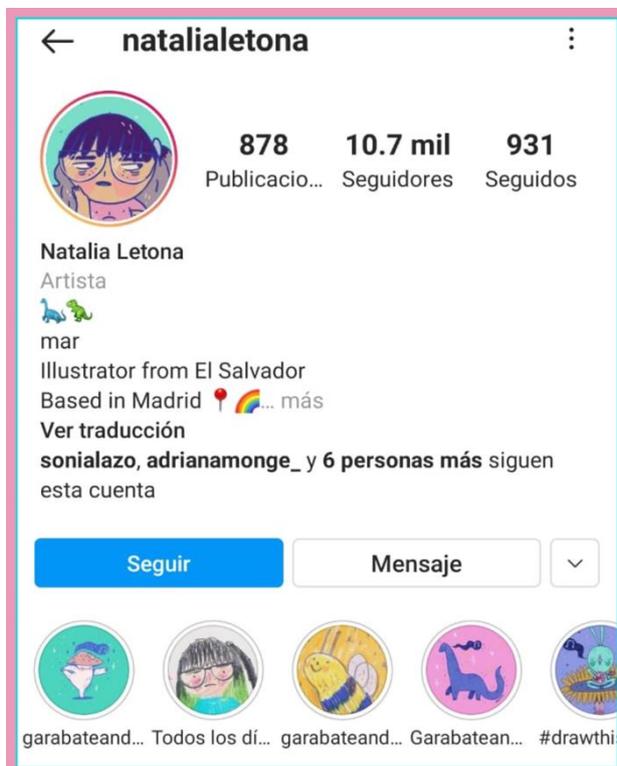
## NATALIA LETONA

@Natalialetona es una ilustradora digital y animadora que cuenta con 10700 seguidores en su cuenta de IG.

Además, cuenta con un perfil en behance y en twitter en el que trabaja la misma línea de contenidos en los que destaca la ilustración pop y los textos breves.

Sus post rondan entre los 500 y 1000 likes y una moda de alrededor de 10 comentarios.

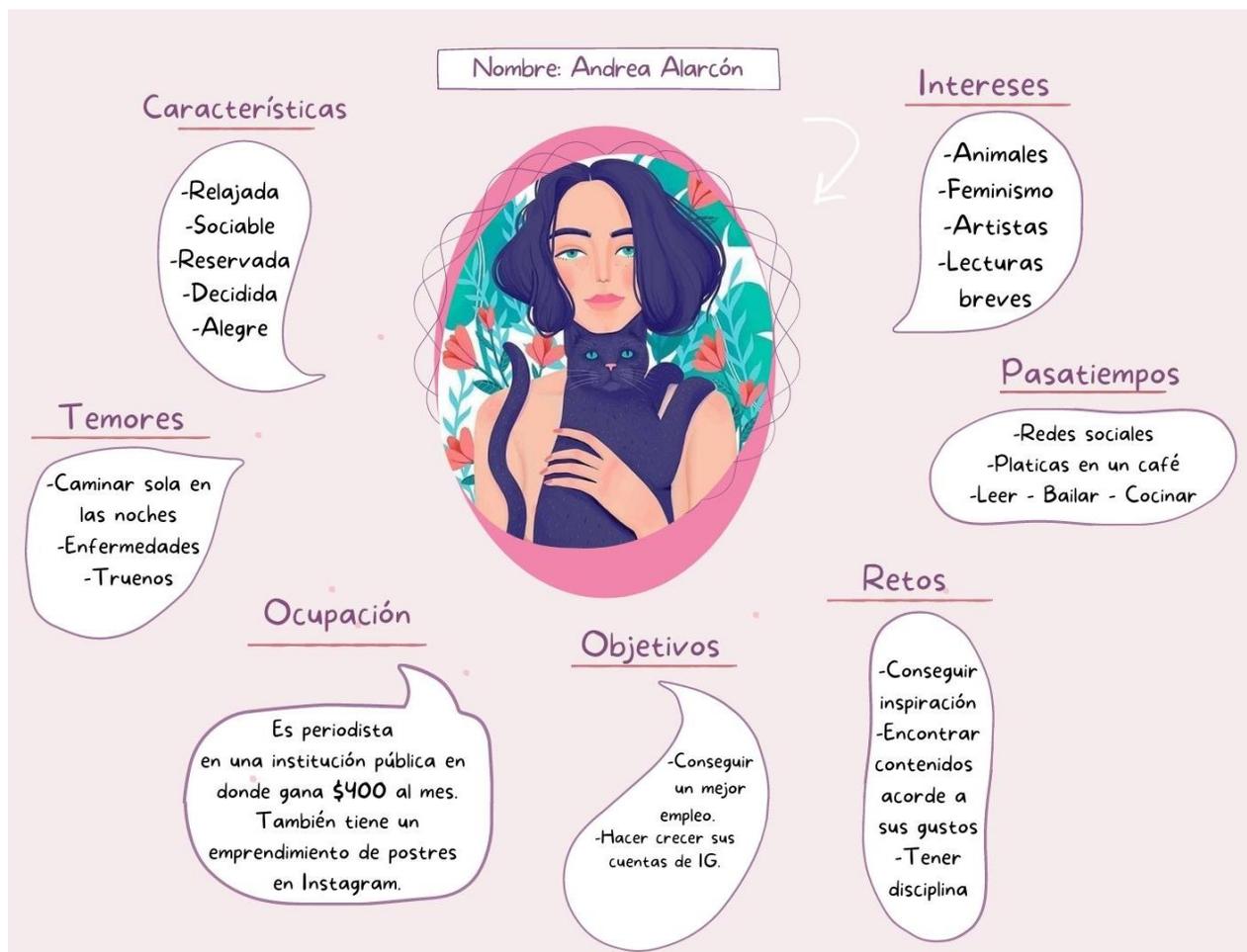
Natalia reside actualmente en España.

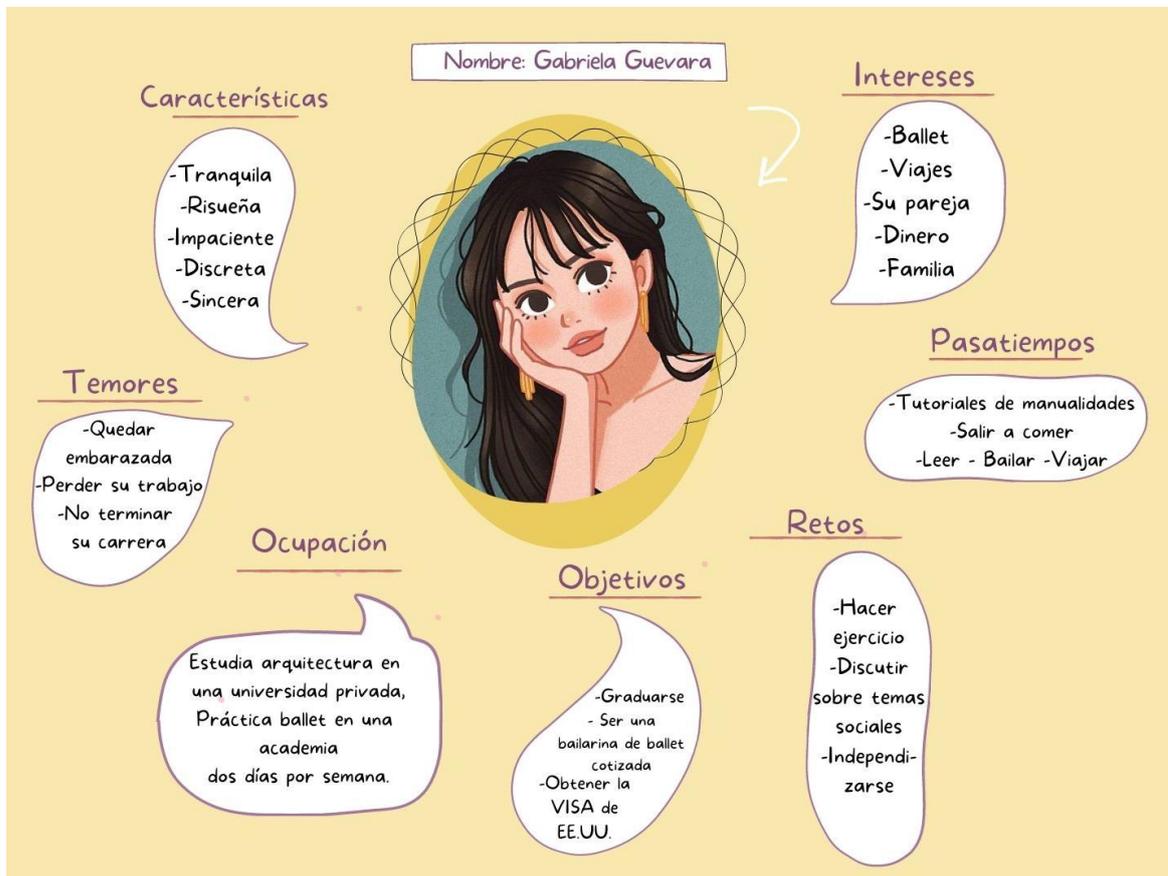
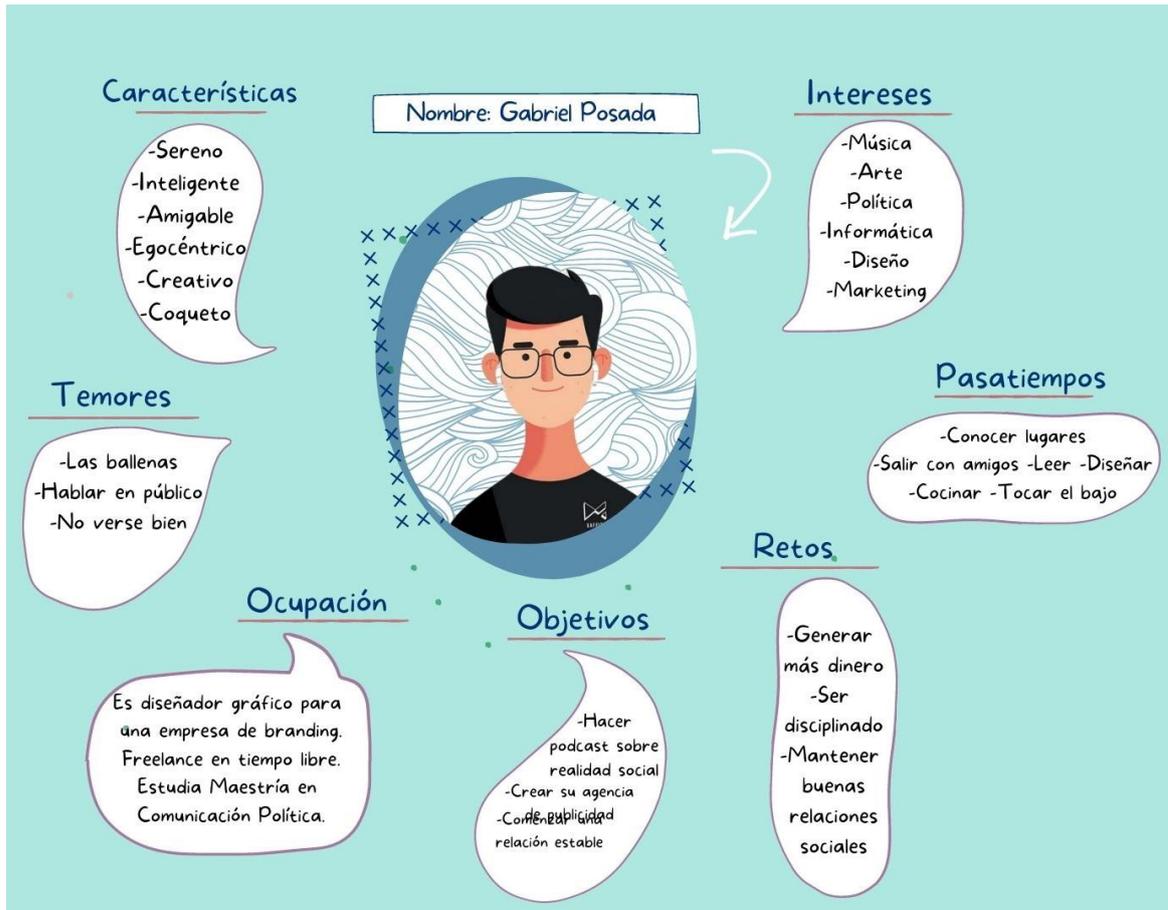


## BUYER PERSONA

Una Buyer Persona es un perfil ficticio basado en datos reales de clientes, es la personificación del cliente ideal de una marca o empresa. Es la base de toda la estrategia de Marketing Digital y producción de contenidos; a diferencia del público objetivo que es genérico, la buyer persona tiene características específicas.

Para @jelounany se plantean los siguientes tres perfiles como consumidores del contenido desarrollado, basado en sus intereses específicos, sus acciones, gustos, personas con las que se relacionan y demás características que los posicionan como potenciales clientes o seguidores de la marca.





## CALENDARIO DE CONTENIDOS

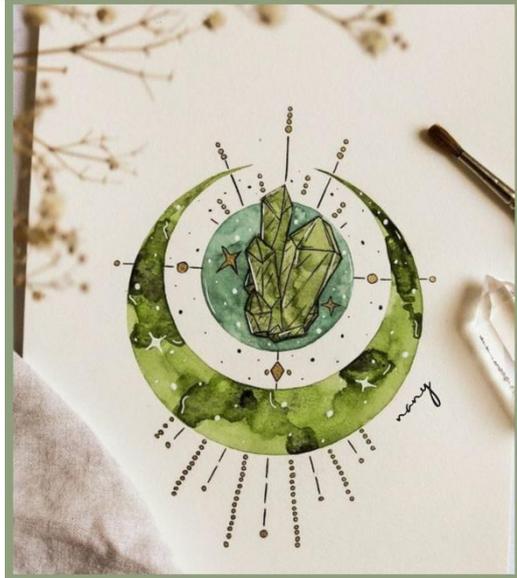
COPY	RECURSO GRÁFICO																																	
<p>Día: jueves 30 de septiembre de 2021 Hora: 9:00 a.m.</p> <p>Post de INSTAGRAM</p> <p>Se viene octubre y en sus vientos trae muchas sorpresas. ☐☐</p> <p>Comienza el #Inktober ☐☐ y estamos con todas las ganas del mundo de compartir como ilustradores lo creado a través del listado oficial, el cual comparto con muchísima emoción. ☐☐</p> <p>También quiero adelantarles que recibí una noticia muy buena y que quiero que ustedes se emocionen conmigo. Más atrde subo un post para contarles. ☐</p> <p>#inktober #draw #ilustradora #colores #arte #crear</p>	 <p>INKTOBER lista oficial 2021</p> <table border="0"> <tr> <td>1. cristal</td> <td>11. ácido / agria</td> <td>21. difuso</td> </tr> <tr> <td>2. traje</td> <td>12. chispa</td> <td>22. alerta</td> </tr> <tr> <td>3. buque</td> <td>13. techo / tejado</td> <td>23. fuga</td> </tr> <tr> <td>4. mudo</td> <td>14. conectar</td> <td>24. estinguído</td> </tr> <tr> <td>5. cuerpo</td> <td>15. casco</td> <td>25. salpicar</td> </tr> <tr> <td>6. espíritu</td> <td>16. decir</td> <td>26. garrapata</td> </tr> <tr> <td>7. admirador / ventilador</td> <td>17. chocar</td> <td>27. chupar</td> </tr> <tr> <td>8. reloj / mirar</td> <td>18. presión</td> <td>28. crujiente</td> </tr> <tr> <td>9. luna</td> <td>19. círculo / bucle</td> <td>29. parece</td> </tr> <tr> <td>10. brújula</td> <td>20. brote</td> <td>30. dedicarse</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>31. riesgo</td> </tr> </table> <p>DELOU</p>	1. cristal	11. ácido / agria	21. difuso	2. traje	12. chispa	22. alerta	3. buque	13. techo / tejado	23. fuga	4. mudo	14. conectar	24. estinguído	5. cuerpo	15. casco	25. salpicar	6. espíritu	16. decir	26. garrapata	7. admirador / ventilador	17. chocar	27. chupar	8. reloj / mirar	18. presión	28. crujiente	9. luna	19. círculo / bucle	29. parece	10. brújula	20. brote	30. dedicarse			31. riesgo
1. cristal	11. ácido / agria	21. difuso																																
2. traje	12. chispa	22. alerta																																
3. buque	13. techo / tejado	23. fuga																																
4. mudo	14. conectar	24. estinguído																																
5. cuerpo	15. casco	25. salpicar																																
6. espíritu	16. decir	26. garrapata																																
7. admirador / ventilador	17. chocar	27. chupar																																
8. reloj / mirar	18. presión	28. crujiente																																
9. luna	19. círculo / bucle	29. parece																																
10. brújula	20. brote	30. dedicarse																																
		31. riesgo																																
<p>Día: jueves 30 de septiembre de 2021 Hora: 2:30 p.m.</p> <p>Post de INSTAGRAM</p> <p>Ya anunciaron a las ganadoras del Concurso de Cuentos Ilustrados en honor a Claudia Lars organizado por la #UniónEuropea y me siento muuy feliz de compartir que obtuve el primer lugar. ☐</p> <p>Pronto compartiré en mis historias el día de premiación y cuándo podrán tener el cuento ilustrado en sus manos. ☐☐</p> <p>#UE #ElSalvador #draw #ilustradora #colores #arte #cuento</p>	 <p>GANADORES</p> <p><b>Primer Lugar</b></p> <p><b>Daniela Jazmín López Preza</b> Cuento: "Las alas de María".</p> <p>Las alas de María</p> <p>CONCURSO EUROPEA DE CUENTOS ILUSTRADOS</p> <p>UNION EUROPEA</p>																																	

Día: viernes 1 de octubre de 2021  
Hora: 3:30 p.m.

Post de INSTAGRAM

Primer día ilustrando para el  
#Inktober.  
Hoy tocaba cristal.☐

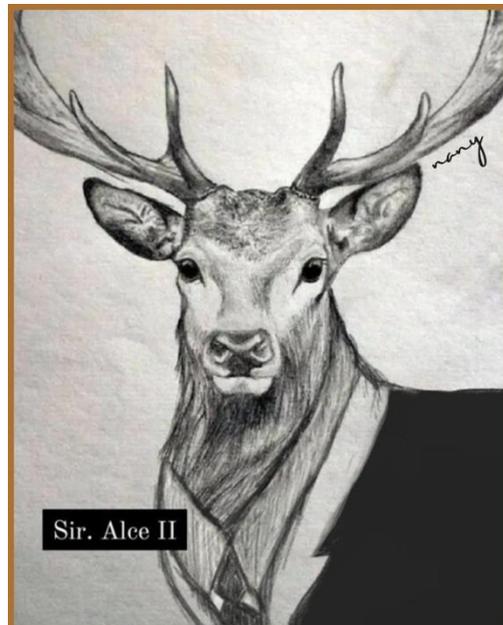
¿Qué les parece? En mis historia  
dejo un videín sobre cómo hacer  
cristales cool con acuarelas.☐  
#Art #inktober2021 #dibujo #draw  
#colors #pencil #elsalvador #sketch



Día: sábado 2 de octubre de 2021  
Hora: 10:30 a.m.

Post de INSTAGRAM

#Inktober día 2.  
La palabra de hoy es #suit o #traje,  
se me ocurrió este Sir. Alce.☐  
Dejé en mis historias parte del  
proceso de creación de este  
guapo.☐  
#Art #inktober2021 #dibujo #draw  
#colors #pencil #elsalvador #sketch



Día: domingo 3 de octubre de 2021  
Hora: 3:30 p.m.

Post de INSTAGRAM

Hoy dibujamos un #buque para el  
#Inktober.☐

Los trazos simples y los puntos  
juntos son ☐.  
#Art #inktober2021 #dibujo #draw  
#colors #pencil #elsalvador #sketch

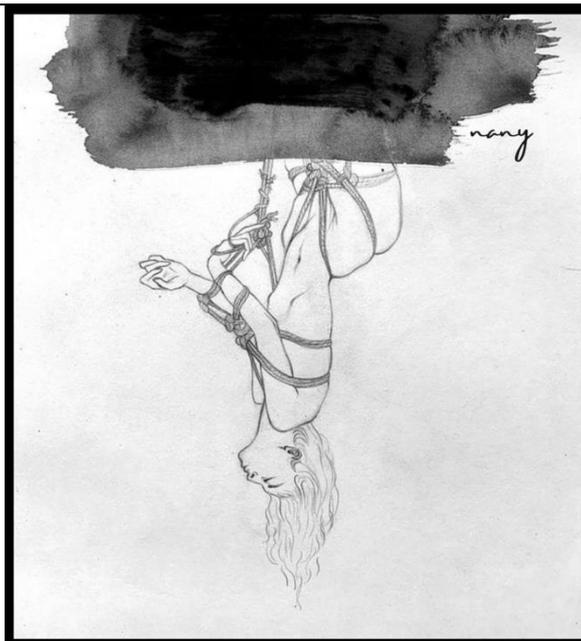


Día: lunes 4 de octubre de 2021  
Hora: 9:00 a.m.

Post de INSTAGRAM

Hoy la palabra era #knot y se me hizo cool dibujar esto y representar el poder y la libertad sobre nuestros propios cuerpos. □□□

Déense una vuelteca por el hashtag #Inktober y vean lo genios y genias que andan todos por esos rumbos. □  
#Art #inktober2021 #dibujo #draw #colors #pencil #elsalvador #sketch

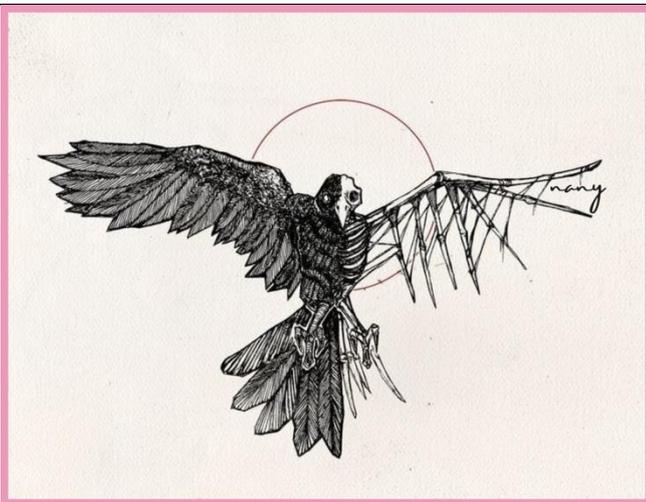


Día: martes 5 de octubre de 2021  
Hora: 10:00 a.m.

Post de INSTAGRAM

Vamos con #cuervo para este día en el #inktober. □

“El viento aúlla como un martillo, la noche sopla fría y lluviosa, mi amor es como un cuervo con un ala rota en mi ventana.” Dylan.  
#Art #inktober2021 #dibujo #draw #colors #pencil #elsalvador #sketch



Día: miércoles 6 de octubre de 2021  
Hora: 10:30 a.m.

Post de INSTAGRAM

¿Recuerdan a #Boo el fantasma de Nintendo? □ Pues lo hice parte del #inktober.

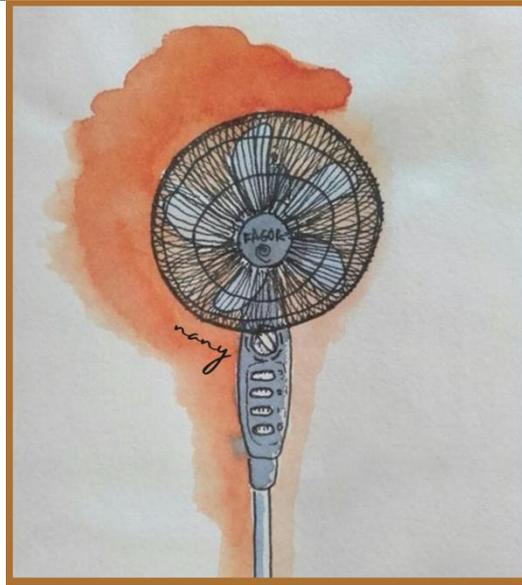
La palabra de hoy es #spirit. Es n par de trazos y habemus espíritu. □  
#Art #inktober2021 #dibujo #draw #colors #pencil #elsalvador #sketch



Día: jueves 7 de octubre de 2021  
Hora: 10:00 a.m.

Post de INSTAGRAM

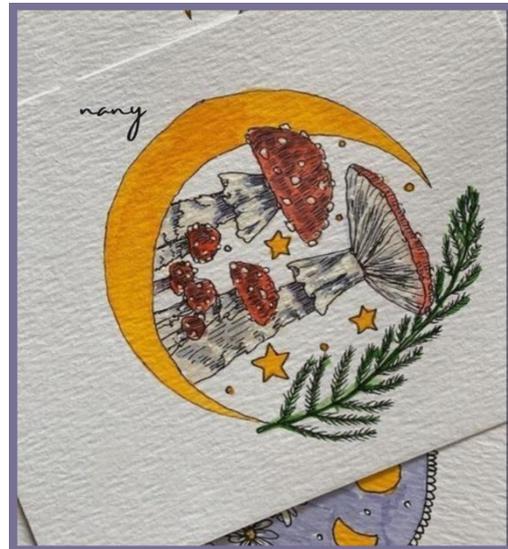
Cada persona que nace en Hell Salvador ☐☐, debería traer un #ventilador incluido.  
Hoy en el #inktober me encantó dibujar algo cotidiano. ☐  
#Art #inktober2021 #dibujo #draw #colors #pencil #elsalvador #sketch



Día: viernes 8 de octubre de 2021  
Hora: 8:30 a.m.

Post de INSTAGRAM

La luna, la luna, la luna. ☐ Amor de mi vida. La ilustración del #inktober de este día es sobre una de mis cosas favoritas: la #luna. ✨  
#Art #inktober2021 #dibujo #draw #colors #pencil #elsalvador #sketch



Día: sábado 8 de octubre de 2021  
Hora: 3:30 p.m.

Post de INSTAGRAM

No sé a dónde voy, pero si quieres ven conmigo. Llevo mi #brújula para perdernos con certeza. ☐  
#Inktober  
#Art #inktober2021 #dibujo #draw #colors #pencil #elsalvador #sketch



Día: domingo 10 de octubre de 2021

Hora: 9:30 a.m.

### Post de INSTAGRAM

La acuarela es una de mis técnicas favoritas porque hace que todo se vea muy delicado y con ondata. Hoy tocaba #ácido en el #inktober y CLARAMENTE iba a dibujar unos limones porque me encantan.

En mis historias destacadas hay algunos truchitos para pintar más cool con acuarelas.

#Art #inktober2021 #dibujo #draw #colors #pencil #elsalvador #sketch



Día: lunes 11 de octubre de 2021

Hora: 8:00 a.m.

### Post de INSTAGRAM

Hoy la palabra fue #chispas ✨ y quería recomendarles la #PenApp de la Note 10 de #Samsung (no, no me están pagando je-je) pero es que está increíble para quienes ya tenemos algún rato de andar dibujando. Muchas de las ilustraciones del #inktober las he hecho ahí y quedan con calidad de wacomm.

#Art #inktober2021 #dibujo #draw #colors #pencil #elsalvador #sketch



Día: martes 12 de octubre de 2021  
Hora: 8:30 a.m.

Post de INSTAGRAM

¡QUIERO HACERLES UN  
OBSEQUIO!

Compartan este post en sus historias de IG (tienen que tener cuenta pública) y yo seleccionaré a un chico y a una chica para regalarles esta camiseta. :)

Tienen todo lo que dura el #inktober, o sea hasta el final de octubre, para compartirlo y mandarme screenshot.

Para quienes quieran comprarla, igual pueden hacer sus encargos por \$6 más \$2 de envío.

#Art #inktober2021 #dibujo #draw #colors #pencil #elsalvador #sketch



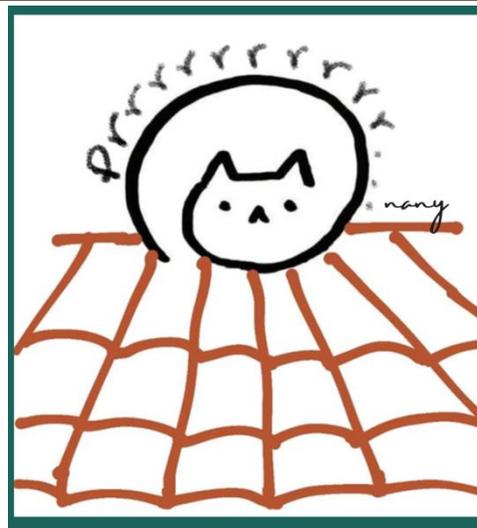
Día: martes 12 de octubre de 2021  
Hora: 12:00 m.d.

Post de INSTAGRAM

La palabra de este día en el inktober es #tejado y claro que no iba a dejar pasar la oportunidad de dibujar un gato. ☐ Me tomó un minuto hacer el dibujito pero creo que de vez en cuando algo tranquilito sienta súper bien.

Muéstrenme en mensajes sus dibujos mal hechos que aman. ☐

#Art #inktober2021 #dibujo #draw #colors #pencil #elsalvador #sketch



Día: miércoles 13 de octubre de 2021  
Hora: 10:00 a.m.

Post de INSTAGRAM

#Conectar

Con nosotras mismas. Hoy más que nunca. ☐☐

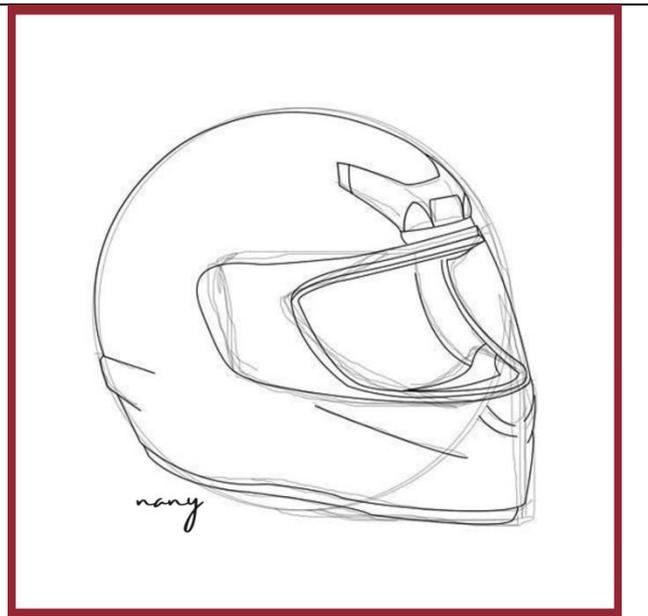
#Art #inktober2021 #dibujo #draw #colors #pencil #elsalvador #sketch #feminist



Día: jueves 14 de octubre de 2021  
Hora: 9:00 a.m.

Post de INSTAGRAM

Trazos sencillitos y rapidines que  
juntos hacen cosas geniales. □  
La palabra de hoy fue #casco. □  
#Art #inktober2021 #dibujo #draw  
#colors #pencil #elsalvador #sketch



Día: viernes 15 de octubre de 2021  
Hora: 10:30 a.m.

Post de INSTAGRAM

La inspiración del día en el  
#inktober fue #elegir y hoy yo elegí  
otro lienzo. □ □  
#Art #inktober2021 #dibujo #draw  
#colors #pencil #elsalvador #sketch



## **SOCIAL MEDIA PLANNER**

30 publicaciones al mes

Al menos 4 historias semanales

1 reel semanal

Diseños sobre días internacionales

Creación de Social Media Planner quincenal

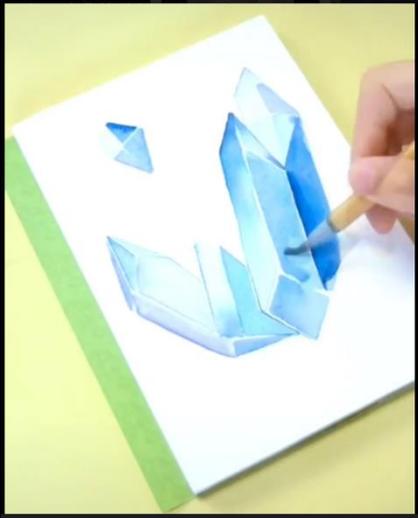
Participación en dinámicas de interacción masiva.

Diferenciar los contenidos.

Posicionar los hashtags en cada publicación.

Agregar llamados a la acción.

Crear promociones

HISTORIAS:	RECURSO GRÁFICO
01/10/2021 - 8:00am. Historia 1	
04/10/2021 - 10:00am. Historia 2	
06/10/2021 - 12:00md. Historia 3	

08/10/2021 - 9:30am. Historia 4

Hace unos meses hice una dinámica en la que ustedes me decían lo que se les ocurriera y yo lo dibujaba. Así creamos un dibujo colectivo que les dejo en un reel en un par de minutos.

¿QUÉ LES PARECE SI VOLVEMOS A HACERLO?



SÍ

NO

12/10/2021 - 10:00am. Historia 5

¡QUIERO HACERLES UN OBSEQUIO!



15/10/2021 - 8:30am. Historia 6



La técnica de la #acuarela consiste en aplicar capas semi-transparentes, que se irán superponiendo para conseguir colores más oscuros.

**REELS:**

**RECURSO GRÁFICO**

02/10/2021 - 10:00am. Sir. Alce



7/10/2021 - 9:00am. ¿Lo hacemos de nuevo?



10/10/2021 - 10:00am. 4 tips para dibujar



13/10/2021 - 10:30am. ¿Por qué salir con una ilustradora?



## Referencias

Pecanha, V. (2021, enero 10). *¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online?* rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/buyer-personas/>

Sordo, A. I. (2021, mayo 11). *Cómo hacer un análisis de tu competencia.* hubspot. <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-analisis-competencia>

(2018, septiembre 22). *Análisis FODA: ¿Qué es y cómo aplicarlo en tu empresa?* QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-foda/#foda>