

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



**TÍTULO:**

**ESTRATEGIA DE MARCA PERSONAL ESMERALDA LOVATO**

**PRESENTADO POR:**

**CARNÉ**

**ESMERALDA BEATRIZ LOVATO ECHEVERRIA**

**(LE15003)**

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

**DOCENTE ASESOR**

**LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ**

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADO**

**MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR, EL  
SALVADOR, 11 DE JULIO DE 2022**

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**RECTOR:**

**MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO**

**VICERRECTOR ACADÉMICO:**

**PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ**

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO:**

**INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA**

**SECRETARIO GENERAL:**

**INGENIERO FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL**

**FISCAL GENERAL:**

**LICENCIADO RAFAEL HUMBERTO PEÑA MARÍN**

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

**DECANO:**

**MAESTRO OSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS**

**VICEDECANA:**

**MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO**

**SECRETARIO:**

**MAESTRO JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS**

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

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

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

**DOCENTE ASESOR DEL PROCESO DE GRADO  
LICDA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ**

# ÍNDICE

Resumen.....	vi
Introducción.....	vii
Situación actual de la marca y KPIs.....	8
Descripción de la marca.....	10
Análisis FODA.....	11
Redes sociales de la marca.....	12
Análisis de la competencia.....	13
Buyer persona.....	17
Canales digitales y líneas de contenido.....	19
Calendario de contenidos.....	22
Referencias.....	29

## RESUMEN

Este informe detalla cuáles son las acciones para crear y posicionar una marca personal, teniendo en cuenta que cualquier persona puede construir su propia marca y ofrecer productos o servicios basado en su experiencia personal, profesional, laboral, o a partir de una idea concreta e innovadora para el mercado, con el propósito de compartir ideas, experiencias y generar ingresos económicos por la prestación de dichos servicios o venta de productos, y de esta forma, mostrar el potencial de la marca en el mercado y posicionarse entre la competencia. En términos generales, la creación de una estrategia digital, consiste en diseñar y organizar en un plan las acciones que serán desarrolladas para la construcción de una marca, iniciando con el branding donde se establece la identidad y valores, objetivos, público objetivo, canales de comunicación, y por último la creación de un calendario de contenidos en el que se organizará todo el material que se publicará en las plataformas digitales y redes sociales.

**Palabras clave:** marca personal, marketing digital, comunicación, redes sociales, branding, buyer persona.

## **INTRODUCCIÓN**

Este estudio está orientado en el marketing Digital, también conocido como Mercadotecnia Digital que es el conjunto de actividades que una empresa o persona ejecuta online con el objetivo de atraer nuevos negocios, crear relaciones, y desarrollar una identidad de marca. Dentro de sus estrategias están el SEO, Inbound Marketing y el Marketing de Contenidos.

En este sentido, la aplicación de estrategias de marketing digital abre la posibilidad de explorar e innovar en un nuevo mercado virtual, como vendedores o consumidores mediante el uso de la tecnología, que permite realizar una serie de acciones a través de diversos medios y plataformas digitales.

Por lo tanto, el presente trabajo muestra el desarrollo de un plan de marketing digital para la marca Esmeralda Lovato, informe de carácter cualitativo, cuyo resultado no trata de un trabajo de investigación sino de un estudio práctico, a partir de todos los conocimientos aprendidos en el curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales, por lo que, el contenido no se presenta a través de capítulos, sino mediante pasos a seguir para crear un plan de marketing.

En el plan se abordan aspectos como buyer persona, como elegir los canales adecuados para una marca, análisis FODA, objetivos, servicios, líneas y calendario de contenidos

## SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

Esmeralda Lovato "EL", por sus siglas, es una marca que se encuentra en su etapa de inicio, enfocada a la comunicación digital y la prestación de servicios profesionales como asesora y estrategia de redes sociales.

### Logos de la marca:

Diseño conformado por las iniciales de un nombre y apellido, un icono de cámara como símbolo de la comunicación, complementado con el enfoque de la marca, en este caso como asesora digital.

## LOGOTIPO



## PALETA DE COLORES



## **OBJETIVOS DE LA MARCA**

### **Objetivos Generales:**

- Posicionamiento SEO (Search Engine Optimization) de la marca
- Aumentar interacciones en las publicaciones de redes sociales
- Generar engagement con mi audiencia
- Ventas en los primeros 3 meses

### **Objetivos Específicos:**

- Visibilizar mi marca
- Compartir contenido de valor en feed e historias
- Aumentar la cantidad de seguidores en redes sociales
- Incrementar el tráfico en las páginas de Facebook e Instagram

**KPIs:** Key Performance Indicator, cuyo significado es Indicador Clave de Desempeño Medidor de Desempeño, son indicadores estratégicos para la marca, se toman en cuenta una serie de métricas que se utilizan para sintetizar la información sobre la eficacia y productividad de las acciones que se llevarán a cabo en la marca a partir de los objetivos.

Los KPIs deben medir aspectos objetivos, ser unidades de medida realistas, aportar información relevante por sí mismos y deben tener una continuidad en el tiempo.

- Mejorar en un 30% el alcance de los posts y stories de Facebook e Instagram
- Optimizar el engagement un 15% en los próximos 3 meses.
- Aumento de 30% en los números de seguidores.
- 50% de visitas orgánicas a los perfiles de las redes sociales de la marca
- Uso de 3 a 5 Keywords.
- Uso de 1 a 5 Hashtag.

## **DESCRIPCIÓN DE LA MARCA**

En este punto se abarca la razón de ser de la misma, las características, la forma de dar a conocer quiénes somos y comunicar los productos y servicios que se ofrecen al mercado.

En efecto, la marca Esmeralda Lovato nace como una idea de emprendimiento de carácter profesional que se enfoca en ofertar servicios de asesoría, marketing y comunicación digital, a partir de los conocimientos académicos y experiencia laboral, los cuales permitirán ayudar y guiar a los clientes en procesos relacionados a la comunicación.

De acuerdo a lo anterior se determinó que la marca ofrecerá sus servicios profesionales en 2 redes sociales, en las cuales se compartirá contenido de valor, promocional y de venta.

Los servicios que se proporcionarán son:

### **1. Asesoría personalizada de marketing**

Asesoría y planificación de contenido personalizado para redes sociales basando en el análisis de problemas, objetivos de marca y público objetivo.

### **2. Gestión de redes sociales**

Community manager, manejo de plataformas digitales y redes sociales.

### **3. Fotografía de producto**

Fotografía de productos, contenido visual creativo que destaque los productos en el mercado.

### **4. Creación de contenido audiovisual**

- Creación de artes a través de Canva y Adobe Photoshop para post de redes sociales.
- Creación y edición de videos para historias y reels de Instagram y Facebook.

## ANÁLISIS FODA

Es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la marca, emprendimiento o empresa.

A través de este análisis se evalúa el trabajo que se ha realizado y además, facilita visualizar aspectos a mejorar, por lo tanto, será una herramienta determinante para la toma de decisiones.

A continuación, se muestra el análisis FODA de la marca Esmeralda Lovato:

<b>FODA</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>– Trabajo personalizado acorde al proyecto o emprendimiento del cliente.</li><li>– Respuesta inmediata</li><li>– Experiencia y formación</li><li>– Público objetivo definido</li><li>– Accesibilidad de precios</li><li>– Creatividad</li><li>– Responsabilidad</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Posicionamiento en el área de marketing</li><li>– Alcance a nivel nacional</li><li>– Lograr promocionar y vender todos los servicios.</li></ul>
	<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>– Estrategias Orgánicas</li><li>– Conocimientos básicos de diseño gráfico</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– No ofrecer contenido diverso</li><li>– No encontrar un elemento que destacar o diferenciador de mi marca</li><li>– La experiencia de la competencia</li><li>– Ser una marca nueva.</li></ul>

## REDES SOCIALES DE LA MARCA

Seleccionar las redes sociales adecuadas, es una de las partes fundamentales cuando se está constituyendo una marca porque intervienen algunos factores relacionados con el tipo de cliente y las necesidades del mismo; por esta razón, es importante tener en cuenta a quién ira dirigido el mensaje y qué medios van acorde a sus demandas.

Actualmente las redes sociales ofrecen un sinfín de ventajas entre ellas, la inmediatez, actualidad, interconectividad y visibilidad, entre otras que garantizan un proceso de comunicación más óptimo, permitiendo llegar a más clientes.

En este sentido, para cumplir los objetivos de posicionamiento, venta y reputación, en la marca Esmeralda Lovato se eligieron los siguientes canales a usar:



### **Facebook**

Se eligió Facebook porque es una de las redes sociales más utilizadas a nivel mundial, que reúne a todos los públicos, y algunas de sus funciones son: compartir textos, imágenes, videos, enviar y recibir mensajes, visibilizar, promocionar, vender productos y servicios.

Se ajusta a los objetivos de la marca ya que, de acuerdo al análisis del buyer persona, el público objetivo de Esmeralda Lovato son, mujeres y hombres de entre 18 a 40 años de edad, estudiantes, profesionales, emprendedores, y pequeñas empresas que desean crear e innovar su marca.



### **Instagram**

Es una red social que se caracteriza por ofrecer a sus usuarios contenido visual a través de imágenes y fotografías. Es una aplicación creada especialmente para ser usada en los dispositivos móviles, además, permite también la creación de videos, como reels e historias con diferentes elementos.

Actualmente tiene millones de usuarios activos alrededor del mundo, en su mayoría jóvenes y, cuenta con diferentes herramientas que permiten crear contenido de valor, aumentar visibilidad, alcance, analíticas y revisión de métricas.

## ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Estudiar la competencia permite conocer puntos fuertes y débiles, situación actual y experiencia de otras marcas en el mercado, y así tener un panorama amplio de acción para gestionar la marca y realizar mejoras.

Además, ayudará a conocer mejor a los clientes y sus necesidades para brindarles una atención y experiencia más óptima como consumidores.

Posterior a la investigación de mercado se encontraron 3 marcas que se dedican a la asesoría de marketing digital y la creación de contenido en El Salvador.

A continuación, se presenta el análisis de algunos aspectos de la competencia de la marca Esmeralda Lovato:

COMPETENCIA				
Nombre	Canales			
	Web	Facebook	Instagram	TikTok
Powermedia		X	X	
MB marketing		X	X	
Media Creative	X	X	X	X

# Powermedia

Está constituida como una agencia de marketing que ofrece servicios muy completos para gestión de contenido de marca y emprendimientos.

Esta marca cuenta con su logo y colores distintivos, información de contacto y describe de forma concisa sus servicios, entre ellos: creación de contenido, creación de branding, optimización de feed y diseño gráfico. El mayor alcance está en Instagram, sin embargo, tiene pocas interacciones y reacciones en el contenido compartido ya que no publican frecuentemente.

← powermedia sv

**PO WER MEDIA** 26 Publicaciones 3,131 Seguidores 4,063 Seguidos

Powermedia Marketing digital  
Agencia de marketing  
Te ayudamos a potenciar tu emprendimiento con estrategias de marketing digital  
Te asesoramos en tus redes sociales  
Trabajemos juntos  
Ver traducción  
wa.link/zcls78

diegogfr, super\_rysh y 7 personas más siguen esta cuenta

Seguir también Mensaje

Social media About us Graphic desi... Testimonios Client



← powermedia sv Seguir

Grid of 6 posts:

- Post 1: 'Optimización de la Bio e Historias destacadas' (500 likes)
- Post 2: 'Optimización del feed y trabajo con la paleta de colores de marca personal para influencers' (921 likes)
- Post 3: 'LO QUIERO TODO VIRAL!' (1,969 likes)
- Post 4: 'Las Redes sociales te provocan dolor de cabeza?' (778 likes)
- Post 5: 'Feliz Día del Community manager' (847 likes)
- Post 6: '3 Posibilidades de Contenido para atraer clientes' (590 likes)

powermedia sv

**4 APPS SUPER ÚTILES PARA EMPRENDEDORES**

34 Me gusta  
powermedia sv Aquí esta la descripción de cada una

## MB Marketing

Es una agencia propiedad de María Belén, asesora de marketing digital, que ofrece servicios de asesoría, gestión de redes sociales, diseño gráfico, fotografía y creación de contenido, que, además, destaca por mostrar un perfil completo, creativo y organizado, el cual cuenta con su propio logo y colores distintivos de marca.

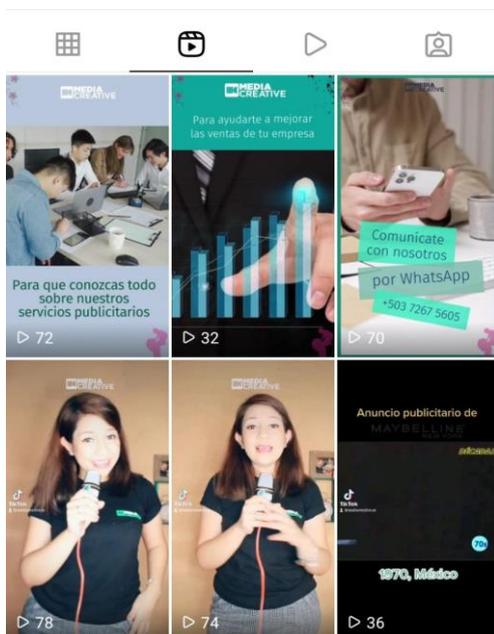
MB Marketing tiene presencia virtual a través de Instagram y Facebook, redes en las que constantemente comparte contenido de valor y venta, lo cual, le permite tener un buen acercamiento con su público; asimismo, presenta formatos variados, entre ellos imágenes, videos y reels, con buena redacción de copys y uso de hashtags.



## Media Creative

Es una agencia de publicidad con 6 años de experiencia en el mercado nacional e internacional, dedicada al marketing digital, que ofrece servicios de administración de redes sociales, desarrollo y mantenimiento de sitio web, producción audiovisual, diseño gráfico y un elemento destacado que poseen es el servicio capacitación en el tema de publicidad.

Muestran un perfil e información completa, con logo, colores, tipografía y estilo definido; publicando contenido de valor y venta frecuentemente, no obstante, las publicaciones no tienen mayor interacción, ya que se observó que en la mayoría hay un promedio de 1 a 3 reacciones.



## BUYER PERSONA

El buyer persona es un arquetipo de cliente ideal que como marca o empresa se debe alcanzar, se elabora a través de un perfil previamente investigado con aspectos puntuales que permiten tener un mayor acercamiento al cliente que se desea capturar.

Se realiza a través de una representación ficticia del cliente ideal lo cual permite diseñar estrategias y acciones para llegar a clientes potenciales, ya que, se crea un perfil basado en nombre, información sociodemográfica, objetivos, intereses, necesidades, ocupaciones, pasatiempos, personalidad, comportamiento, dolores, motivaciones y uso de redes sociales.

A continuación, se muestra los buyers persona que se crearon para la marca Esmeralda Lovato a partir de un estudio de inteligencia de mercado.

### Buyer Persona 1:

## María Sánchez

Estudiante



**Datos Demográficos**

María, es una joven entre 20 a 25 años, estudiante de tercer año de la Licenciatura en Diseño Gráfico, reside en San Salvador, El Salvador; vive con su madre, trabaja junto a ella en un pequeño negocio de venta de ropa, y tiene una relación de noviazgo con Jorge Marroquín.

- Es una joven inteligente, dedicada a sus estudios, carismática, de buen sentido del humor, y perfeccionista
- Estudia en la Universidad Tecnológica de El Salvador
- Graduarse, tener un empleo formal, montar su propio negocio, innovar del negocio de su madre.
- Generar más ingresos económicos, organizar su tiempo de estudio, y trabajo.
- Usa las redes sociales para informarse y entretenerse, además, realiza pagos y comprar en línea.
- Leer libros de aventura, le gusta viajar, comer saludable y hacer ejercicio
- Su madre tiene un pequeño negocio de venta en ropa desde casa, sin embargo, posterior a la cuarentena las ventas cayeron y ahora María quiere INNOVAR y trasladar el negocio a las redes sociales sabe que pueden llegar a más personas pero no sabe como empezar.
- Tiene clases de lunes a viernes por mañana y en la tarde ayuda a su madre a atender el negocio, los fin de semana hace tareas y sale con su amigos y novio.
- Dato de Interés, le gusta la moda.

**¿Qué puedo ofrecer?**

Asesoría personalizada, para decidir el concepto de su marca, redes sociales o plataformas digitales usar, definir su target y cliente ideal, los colores, crear los perfiles y diseño de feed.

## Buyer Persona 2:

### Linda Rivas

#### Maquillista profesional



**Datos Demográficos**

Linda es una joven entre 25 a 30 años, con diplomados y certificados en maquillaje profesional, por la Academia del maquillista internacional Eduardo Franco. Ella reside en Mejicanos, San Salvador y vive junto a su novio Mateo Melgar.

-  Mujer creativa, alegre, divertida, le gustan los retos y aventuras.
-  Estudio hasta tercer año de la Universidad la carrera de Administración de Empresas y decidió especializarse en una de sus pasiones, ser maquillista profesional
-  Poner su propia academia de maquillaje, aprender nuevas técnicas de maquillaje, y capacitar personas
-  Generar más ingresos económicos, organizar su tiempo para poder seguir estudiando y especializarse en su area
-  Usa redes sociales siempre, sus clientes realizan las citas por Instagram y a que están pendientes de su trabajo.

-  Disfruta hacer yoga, decorar interiores, comprar ropa y maquillaje.
-  Actualmente cuenta con una cuenta comercial en Instagram y una Fan Page, sin embargo las fotografías no son estéticamente profesionales por lo que necesita contratar a una persona que realice fotos de los servicios con los que cuenta y los productos que también vende.
-  Trabaja en un canal de televisión local por las mañanas y en la tardes trabaja por medio de citas a domicilio para eventos, o actividades especiales.
-  Dato de Interés, abrirá pronto su propia academia de maquillaje

---



**¿Qué puedo ofrecer?**

Fotografía de productos y servicios, y contenido visual creativo que destaque en el mercado

## Buyer Persona 3:

### Julio López

#### Nutricionista



**Datos Demográficos**

Julio es un hombre entre 30 a 40 años, profesional graduado en la Licenciatura de Nutrición de la Universidad de El Salvador, casado con Wendy Acosta, con quien tiene una hija, vive en Antiguo Cuscatlán, La Libertad y tiene un consultorio en Colonia Escalón.

-  Es un hombre disciplinado, activo comprometido con su salud y la de su familia. Le gusta ayudar a los demás.
-  Graduado en Licenciatura de Nutrición de la Universidad de El Salvador, con una maestría de Nutrición Clínica
-  Posicionar su marca personal en el mercado, producir contenidos de valor y llegar a clientes potenciales.
-  Generar más ingresos económicos, organizar su tiempo, ofrecer servicios de capacitación.
-  Usualmente revisa las redes sociales por las noches, sus favoritas son Instagram y Twitter.

-  Ver series de acción, cocinar salir a correr, pasar tiempo con su familia, y jugar futbol con sus amigos.
-  Creo un página web, y una fanpage, para dar a conocer su trabajo y servicios, sin embargo, sus publicaciones no tienen alcance e interacciones, ya que, publica una vez a la semana, algunas fotografías que su asistente le ayuda a hacer, sin mayores descripciones.
-  Trabaja de lunes a viernes de 8 a 4 de la tarde, ayuda a su hija ha hacer tareas, y hace deporte por las noches, los fin de semana
-  Dato de interés, quiere ampliar sus servicios profesionales.

---



**¿Qué puedo ofrecer?**

Planificación de contenido para redes sociales, basando en el análisis de problemas, objetivos de marca, público objetivo y diagnóstico de competencia y Community manager, gestión de plataformas digitales y redes sociales

## CANALES DIGITALES Y LÍNEAS DE CONTENIDO

Son los medios que servirán para transmitir el mensaje sobre el producto y servicio a los clientes, a través de estos canales se establecerá un proceso de comunicación que ayudará a cumplir los objetivos de la marca.

La selección de los canales digitales se basa en el buyer persona, público objetivo, y los objetivos de marca, además, es importante establecer las líneas de contenido, es decir, tener claro el tipo de temáticas se compartirán en los canales para dar a conocer a los clientes la propuesta de marca y así generar interés y preferencia.

De acuerdo con lo anterior, para esta marca se delimitó lo siguiente:

Canales	Líneas de Contenido
1. Facebook 2. Instagram	<ul style="list-style-type: none"><li>- Educar</li><li>- Vender</li><li>- Informar</li><li>- Inspirar</li></ul>

Asimismo, se desglosó por cada línea de contenidos algunos de los temas que se abordarían para la creación de contenido.

Línea de contenido	Temáticas
Vender	<ul style="list-style-type: none"><li>● PROMOCIONES<ul style="list-style-type: none"><li>- Primera asesoría gratis</li><li>- Paquetes de servicios</li></ul></li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>● SERVICIOS<ul style="list-style-type: none"><li>- ¿Qué es lo que hacemos?</li><li>- Talleres</li><li>- Asesorías</li><li>- Información de talleres</li><li>- Información de asesorías</li></ul></li></ul>

Línea de contenido	Temáticas
Educar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TIPS               <ul style="list-style-type: none"> <li>– 5 ideas para tomar fotografías de productos</li> <li>– Los 5 audios más virales que puedes usar para crear tus historias</li> <li>– 5 tips para optimizar el feed de tu marca o empresa</li> <li>– Tamaños adecuados de las imágenes para tus redes sociales</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• RECOMENDACIONES DE HERRAMIENTAS               <ul style="list-style-type: none"> <li>– ¿Por qué usar CANVA?</li> <li>– Las 5 mejores aplicaciones para editar fotografías</li> <li>– Pinterest</li> <li>– CapCut editor de video desde el teléfono</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GLOSARIO DE PALABRAS               <ul style="list-style-type: none"> <li>– ¿Qué son los Hashtags?</li> <li>– ¿Qué es contenido de valor?</li> <li>– Buyer Persona</li> <li>– Engagement</li> <li>– CTA</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DATOS CURIOSOS               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Sitios más visitados en el mundo</li> <li>– ¿Las marcas con perfil en redes sociales generan más confianza?</li> <li>– Sabías que cada día se hace 5.5 billones búsquedas en Google</li> <li>– Servicios más comprados por Internet</li> </ul> </li> </ul>

Línea de contenido	Temáticas
Informar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TENDENCIAS               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Colores en tendencia</li> <li>– Formatos</li> <li>– Novedades de las redes sociales</li> <li>– Diferencia de SEO/SEM</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GUÍAS               <ul style="list-style-type: none"> <li>– E-book</li> <li>– 100 ideas de contenido de valor</li> <li>– Calendario de contenido</li> <li>– Errores en redes sociales</li> </ul> </li> </ul>

Línea de contenido	Temáticas
Inspirar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TESTIMONIO DE USUARIOS               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Compartir etiqueta, mensajes de casos de éxito.</li> <li>– Ejemplos de éxito de cuentas</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• FRASES               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Frases inspiradoras</li> <li>– Frases de famosos exitosos.</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IMÁGENES DE INSPIRACIÓN               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Imágenes motivadoras</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• HUMANIZACIÓN DE MI MARCA               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Mostrar mi trabajo detrás de cámara.</li> <li>– Ideas y hábitos para ser mejores</li> </ul> </li> </ul>

## CALENDARIO DE CONTENIDO

Es una herramienta importante para planificar, crear y organizar contenido para redes sociales, este documento permitirá tener una representación visual de todo lo que se desea publicar a corto o mediano plazo.

En este se coloca información de qué, dónde y cuándo se compartirán los contenidos, por tanto, sirve para tener una mejor organización, dar seguimiento al contenido, identificar los intereses de la audiencia, determinar las mejores horas y días para publicar y los tipos de temas que prefieren las audiencias.

En este sentido, para Esmeralda Lovato se presenta un calendario de 15 días de contenido comprendido del 4 al 18 de abril de 2022, en el que se harán un total de 20 a 30 publicaciones mensuales en cada red social, colocando entre 1 a 2 publicaciones diarias acompañas de copys, llamados a la acción, hashtags, palabras claves, piezas gráficas, o audiovisuales.

- **Calendario Instagram**

FECHA	HORA	TIPO	CONTENIDO	FORMATO	UBICACIÓN	COPY	ARTE
Lunes 4 de Abril	9:05 AM	Motivar	Frase	Pieza gráfica	STORIE	Hoy es un buen día para que cumplas tus propósitos, dejes el miedo atrás y comiences a trabajar por hacer realidad tus sueños. #Felizlunes #inspiración #mentepositiva.	
	3:35 PM		Pregunta de interacción	Pieza gráfica	STORIE	Hola ¿Qué tal tu lunes?	
MARTES 5 DE ABRIL	11:05 AM	Educar	Glosario	Post, pieza gráfica	FEED	¿Usas Hashtags en tus post? Si no lo haces te recomiendo que lo intentes recuerda usar entre 3 a 5 hashtags y no olvides que una estrategia de hashtags debe ir de la mano con una estrategia de contenido, ya que, ambos se complementan.	

FECHA	HORA	TIPO	CONTENIDO	FORMATO	UBICACIÓN	COPY	ARTE
Miércoles 6 De Abril	7:35 AM	Vender	Promoción de servicios	Post, pieza gráfica	FEED	¡Aprovecha! ¡PRIMERA ASESORIA GRATIS! Durante todo el mes de abril, puedes recibir un servicio personalizado para descubrir como hacer crear tu emprendimiento de forma sencilla.	
Jueves 7 De Abril	6:05 PM	Educación	Tips	Post, pieza gráfica	FEED	Aprende a tomar fotografías como experto para que las personas conozcan tus productos y servicios. #Fotografiadeproducto	
Viernes 8 De Abril	12:35 PM	Informar	Dato de valor	Video	REELS	No te confundas más te dejo aquí una guía para que aprendas a diferenciar los tipos de formatos y cómo usarlos. Guarda este post, para que no vuelvas a olvidarlos.	

FECHA	HORA	TIPO	CONTENIDO	FORMATO	UBICACIÓN	COPY	ARTE
Sábado 9 de Abril	11:35 AM	Educar	Glosario	Post, pieza gráfica	FEED	Está es una oportunidad para que conectes con tus clientes, crea contenido con propósito, y así despertaras el interés de tus seguidores.	
	5:05 PM		Encuesta	Pieza gráfica	STORIE	Pregunta: ¿Lo sabias o no lo sabias? Respuestas: 1. Si 😊 2. No 😞	
Domingo 10 de Abril	12:35 PM	Educar	Recomendación de APP	Video	REELS	#CANVA una aplicación te ofrece más de 8,000 plantillas gratis, que te facilitarán la vida si no eres un diseñador profesional pero quieres crear contenido de calidad.	

FECHA	HORA	TIPO	CONTENIDO	FORMATO	UBICACIÓN	COPY	ARTE
Lunes 11 De Abril	9:05 AM	Motivar	Frase de inspiración	Pieza gráfica	STORIE	El lunes no tiene porque ser difícil, es un nuevo día, una nueva oportunidad de ser mejor que ayer. #felizlunes.	
Martes 12 De Abril	7:35 PM	Educación	Curiosidades	Post, pieza gráfica	FEED	¿Qué te pareció? Ya sabías ¿cuáles son los sitios más visitados en #Internet? Ahora dime estas de acuerdo ¿Cuáles son los que tu más utilizas a diario?	
Miércoles 13 De Abril	11:35 AM	Vender	Información de paquete de servicios	Post, pieza gráfica	FEED	¿Tienes un #emprendimiento o negocio y no sabes qué hacer y cómo manejar tus #redes sociales? Contáctanos para optimizar tus redes, envíanos vía DM o déjanos un comentario.	

FECHA	HORA	TIPO	CONTENIDO	FORMATO	UBICACIÓN	COPY	ARTE
Jueves 14 de Abril	10:35 AM	Motivar	Frase de inspiración	Post, Pieza gráfica	FEED	Enfoca tu mente en prepararte todos los días, estar actualizado, lucha hasta el final e invierte tu tiempo en hábitos que te ayuden a crear. ¡Deseo que tu día este lleno de éxitos!	
Viernes 15 de Abril	5:05 PM	Educación	Recomendación de herramientas	Post, pieza gráfica	FEED	¡Esto es lo que necesitas para optimizar tu tiempo! Te comparto las mejores aplicaciones para que desde tu teléfono puedas gestionar tu emprendimiento de forma práctica.	
Sábado 16 de Abril	12:35 PM	Informar	Dato de valor	Pieza gráfica	STORIE	¡No cometas estos errores! Ya te has preguntando ¿Qué estoy haciendo mal? ¿Por qué no tengo alcance? Si es así, presta atención para que descubras en que estas fallando.	

FECHA	HORA	TIPO	CONTENIDO	FORMATO	UBICACIÓN	COPY	ARTE
Domingo 17 de Abril	3:05 PM	Educar	Recomendación de herramientas	Video	REELS	Si quieres obtener mejores resultados, te recomiendo 3 aplicaciones para que puedas administrar tu emprendimiento tu mismo. ¡Presta atención! Y coméntanos cuáles has usado y cuáles recomiendas?	
Lunes 18 de Abril	8:35 AM	Motivar	Humanización de mi marca	Post, pieza gráfica	FEED	Para triunfar y ser una persona exitosa debes plantearte objetivos, ser disciplinado y no rendirte, solo así llegarás lejos. Así que hoy es un buen día para que organices o te replantees tus objetivos. ¡Buen día!	
	7:15	Informar	Dato de valor	Post, pieza gráfica	FEED	¿Ya sabías la diferencia de uno y el otro? Cada uno de estos recursos te permitirá posicionarte, así que úsalos sabiamente. Si quieres saber más escríbeme un DM.	

• **Calendario de Facebook**

FECHA	HORA	TIPO	CONTENIDO	FORMATO	UBICACIÓN	COPY	ARTE
Lunes 4 de Abril	9:05 AM	Motivar	Frase inspiradora	Pieza gráfica	HISTORIA	Enfócate en lo que deseas, trabaja en construir cosas que te representen y te hagan sentir orgulloso de ti.	
	3:35 PM		Frase de persona exitosa	Post, pieza gráfica	FEED	Si quieres cambios, empieza con pequeñas acciones significativas, se diferente al resto y verás como todo fluye. ¡Buen inicio de semana! #Felizlunes	
MARTES 5 DE ABRIL	11:05 AM	Educar	Tips	Post, pieza gráfica	FEED	Descubre por qué #Facebook sigue siendo una de las #redessociales favoritas de los internautas, y cuáles son sus ventajas.	

FECHA	HORA	TIPO	CONTENIDO	FORMATO	UBICACIÓN	COPY	ARTE
Miércoles 6 De Abril	7:35 AM	Vender	Promoción de servicios	Pieza gráfica	FEED	¿Necesitas ayuda con tus Redes Sociales? Puedes elegir uno de nuestros servicios que se adapte a tu presupuesto, sin gastar mucho dinero. Escríbenos un mensaje para brindarte soluciones.	
Jueves 7 De Abril	6:05 PM	Educar	Glosario	Post, pieza gráfica	FEED	¿A quién está dirigida tu marca? Te has preguntado alguna vez ¿Quién es tu cliente ideal? El Bayer Persona te servirá para conocer a tu cliente ideal y saber que es lo que quiere.	
Viernes 8 De Abril	12.35 PM	Informar	Dato de valor	Reels	FEED	Las imágenes son recursos visuales importantes para comunicar y transmitir, ya que genera respuesta rápida para la interpretación de su contenido, por eso es importante hablar de los tipos de formatos de de imagen, así que presta atención a continuación.	

FECHA	HORA	TIPO	CONTENIDO	FORMATO	UBICACIÓN	COPY	ARTE
Sábado 9 de Abril	11:35 AM	Educar	Glosario	Pieza gráfica	FEED	Busca conectar con tus usuarios, ofrece una novedad en tus servicios, para posicionarte en sus mentes, no solo se trata de vender, haz que tu emprendimiento brille, demuéstrale al cliente lo importante que es para ti.	
	5:05 PM		Caja de preguntas	Post, pieza gráfica	Historia	Crear contenido de calidad no debe ser difícil, comienza ahora de forma sencilla a realizar contenido que muestre ventajas soluciones y guías.	
Domingo 10 de Abril	12:35 PM	Educar	Recomendación de APP	Post, pieza gráfica	HISTORIA	#CANVA te ofrece herramientas que te ayudará a crear tus diseños de forma fácil y divertida, puedes elegir entre diseños personales, profesionales, de educación y cualquier proyecto que tengas en mente.	

FECHA	HORA	TIPO	CONTENIDO	FORMATO	UBICACIÓN	COPY	ARTE
Lunes 11 De Abril	9:05 AM	Motivar	Frase de inspiración	Pieza gráfica	HISTORIA	¡Inspírate! Hoy es un buen día para escuchar tu playlist favorita, para hacer cosas nuevas, para llenarte de energía.	
Martes 12 De Abril	7:35 PM	Educar	Curiosidades	Post, pieza gráfica	FEED	Google es actualmente el buscador por excelencia del Internet, es capaz de proporcionar 22 características más allá de la palabra original.	
Miércoles 13 De Abril	11:35 AM	Vender	Información de paquete de servicios	Post, pieza gráfica	FEED	¿Buscas soluciones? Esta es tu oportunidad, nosotros te ayudamos a optimizar tus redes sociales, escríbenos y te asesoramos de forma personalizada.	

FECHA	HORA	TIPO	CONTENIDO	FORMATO	UBICACIÓN	COPY	ARTE
Jueves 14 de Abril	10:35 AM	Motivar	Frase de inspiración	Pieza gráfica	HISTORIA	¡Buen lunes, no dejes de brillar y sorprenderte a ti mismo!	
Viernes 15 de Abril	5:05 PM	Educar	Recomendación de herramientas	Post, pieza gráfica	FEED	Crea con estilos de tipografías originales, para que tus copys, historias y publicaciones.	
Sábado 16 de Abril	12:35 PM	Informar	Dato de valor	Post, pieza gráfica	FEED	Te comparto una lista de los errores que debes evitar cometer a la hora de publicar en tus redes sociales.	

FECHA	HORA	TIPO	CONTENIDO	FORMATO	UBICACIÓN	COPY	ARTE
Domingo 17 de Abril	3:05 PM	Educación	Recomendación de herramientas	Pieza gráfica	REELS	Te recomiendo 3 aplicaciones para que puedas administrar tu emprendimiento tu mismo. ¡Presta atención! Y coméntanos cuáles has usado y cuáles recomiendas?	
Lunes 18 de Abril	8:35 AM	Motivar	Frase	Post, pieza gráfica	FEED	Deja volar tu imaginación, crea contenido que tus seguidores quieran compartir con los demás, ofrece información	
	7:15	Informar	Dato de valor	Post, pieza gráfica	FEED	¡Nunca Dudes del poder de las palabras! Te comparto 5 palabras mágicas que puedes utilizar en tus textos, y captions.	

## REFERENCIAS

Asana. (2021, julio 1). *Análisis FODA: Qué es y cómo usarlo*. Asana.

<https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

Genanian S. (2022, marzo 29). *21 ventajas y beneficios de usar Instagram para tu empresa*. Inboundcycle. [https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-](https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-beneficios-puede-aportar-instagram-a-tu-estrategia-de-marketing-online)

[marketing/que-beneficios-puede-aportar-instagram-a-tu-estrategia-de-marketing-online](https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-beneficios-puede-aportar-instagram-a-tu-estrategia-de-marketing-online)

Martínez N. (2017, noviembre 14). *¿Conoces la importancia de analizar la competencia?* Hablemos de empresas.

<https://hablemosdeempresas.com/empresa/infografia-analisis-de-la-competencia/#:~:text=%2DEs%20decir%2C%20estudiar%20a%20los,%C3%A1mbito%20m%C3%A1s%20general%20del%20negocio>

Ofiwe M. (2018, junio 18). *¿Cómo crear un calendario de redes sociales en 5 pasos?*

Semrush blog, <https://es.semrush.com/blog/calendario-de-redes-sociales/>

Porras M. (2017, septiembre 29), KPI's *¿Qué son, para qué sirven y por qué y cómo utilizarlos?*, Logicalis, [https://blog.es.logicalis.com/analytics/kpis-qu%C3%A9-son-](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)

[para-qu%C3%A9-sirven-y-por-qu%C3%A9-y-c%C3%B3mo-utilizarlos](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)

Pecanha, V. (2021, enero 10). *¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online?*

Rockcontent, <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>

Siqueira André (2022, febrero 28) *“Buyer Persona: Qué es y por qué es importante”*,

Blog RD Station Marketing, <https://www.rdstation.com/es/blog/buyer-persona/>