

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



**TÍTULO:**

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL: ALEJANDRO BRITO, CREADOR DIGITAL**

**PRESENTADO POR:**

**ALEJANDRO JOSÉ GÁMEZ BRITO**

**CARNET**

**(GB11002)**

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

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:**

**LICDA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ**

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADO:**

**MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, 22 DE AGOSTO 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**

FRANCISCO ALARCON

**SECRETARIO GENERAL**

LIC. RAFAEL HUMBERTO PEÑA 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. YUPI LITSIN CARO SALES CASTRO

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

LICDA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN**

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios todo poderoso, tu amor y bondad no tiene fin, Por darme la vida, pues es él mi guía, quien decide lo que se puede y no se puede. Me acompaña, protege, da fuerza y ayuda en todos los momentos difíciles de la vida. Gracias por permitirme culminar una de mis principales y soñadas metas, ya que esto sin ti no hubiera sido posible. Sin duda ha sido de mucho sacrificio y esfuerzo.

A mi madre, Rossana Brito que ya no está físicamente pero en mi corazón vive para siempre, se que desde el cielo siempre me cuida y me guía para que todo me salga bien y está muy orgullosa de este logro que tanto soñó poder verme graduado, gracias por haberme dado la vida, por el apoyo incondicional a lo largo de toda mi carrera, por sus consejos y enseñarme a nunca rendirme y siempre luchar por ser mejor cada día, por todos los regaños que me sirvieron para poder lograr este gran sueño.

A mi hermano, Mauricio José gracias por estar presente no solo en esta etapa tan importante de mi vida, sino en todo momento, me brindo su apoyo y aliento en momentos difíciles, permitiendo así poder culminar mis estudios universitarios.

A mis familiares, por su apoyo y buenos deseos en cada uno de mis momentos vividos en todo este proceso y llevarme siempre en sus oraciones las cuales han sido de gran ayuda en mi vida.

A mis amigos, Gabriela Rivas, Yessenia Martínez y Silvia, con cariño y mucho agradecimiento ya que sin su colaboración no hubiese sido posible alcanzar esta meta.

**Alejandro José Gámez Brito**

# ÍNDICE

## Contenido

RESUMEN .....	II
INTRODUCCIÓN .....	III
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA .....	5
LOGO DE LA MARCA .....	6
OBJETIVOS DE LA MARCA .....	6
KPI'S .....	7
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA .....	9
FODA .....	11
REDES SOCIALES DE LA MARCA .....	13
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	14
BUYER PERSONA .....	20
CANALES DIGITALES Y LÍNEAS DE CONTENIDO .....	27
CALENDARIO DE CONTENIDO .....	28
REFERENCIAS .....	58

## RESUMEN

El presente trabajo se enfoca en dar a conocer todos los conocimientos que se impartieron durante los meses de agosto 2021 a marzo de 2022 en el curso de especialización de Medios Digitales y Redes Sociales.

En contraste con lo anterior, cada alumno de la especialización tuvo que crear su propia marca personal, realizando una infografía la cual debía contener: la fotografía del alumno que es el creador de la marca, logo, nombre comercial, la historia del por qué surgió la marca, describir los servicios y productos, redes sociales a utilizar y publico objetivo de la marca.

Por ende, para desarrollar una marca personal, en primer lugar se necesita crear una estrategia digital, la cual consiste en diseñar un plan de acción desde realizar el diseño y creación de un logo para la marca, hasta la propuesta final que es elaborar un calendario de contenido en la cual consiste en crear contenido para las redes sociales seleccionadas de la marca con las respectivas líneas de contenido que pueden ser: entretenimiento, valor, servicios, venta, educativo, humor, etc.

El objetivo principal de este informe es mostrar los pasos a seguir para crear y posterior dar a conocer una marca personal. Por consiguiente, una persona puede construir su propia marca y ofrecer sus productos o servicios, dependiendo de su experiencia laboral o profesional y así poder brindar a sus clientes potenciales sus habilidades y fortalezas que la competencia no pose.

En resumen, crear una estrategia digital siguiendo los puntos clave nos ayudara que una marca logre su posicionamiento dentro de un mercado específico hasta lograr convertirse en un referente en las redes sociales o canales digitales.

**Palabras claves:** Marketing digital, marca, medios digitales, redes sociales, estrategia digital, contenido, engagement, SEO, posicionamiento, audiencia, plan de marketing digital, KPI'S, canales digitales, líneas de contenido, productos, servicios y competencia.

## INTRODUCCIÓN

El marketing digital es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. Todas las técnicas del mundo off-line son imitadas y traducidas a un nuevo mundo, el mundo online. En el ámbito digital aparecen nuevas características como la inmediatez, la irrupción de las redes sociales y las herramientas que nos permiten hacer mediciones reales.

De igual manera, las redes sociales, en el mundo virtual, son sitios y aplicaciones que operan en niveles diversos como el profesional, de relación, entre otros pero siempre permitiendo el intercambio de información entre personas y/o empresas. El principal propósito de las redes sociales es el de conectar personas. Completas tu perfil en canales de social media e interactúas con las personas con base en los detalles que leen sobre ti. Se puede decir que las redes sociales son una categoría de social media.

Además, la implementación de una estrategia digital son todas aquellas acciones que ejecutan una empresa u organización para aumentar presencia y relevancia en medios digitales como redes sociales, sitios web o incluso dentro de los motores de búsqueda como Google. La intención es atraer, convencer y fidelizar clientes potenciales y consumidores de una marca y lograr elevar las ventas de la compañía y aumentar su notoriedad en el segmento.

Por ese motivo, crear e implementar una estrategia es un factor clave del proceso de transformación digital de una organización y garantiza que la tecnología se está integrando de acuerdo a los objetivos generales y específicos del negocio.

El presente trabajo tiene como finalidad dar a conocer la estrategia de marca personal “Alejandro Brito, Creador Digital”, en la que ofrece servicios en el área de comunicaciones y marketing. Por lo cual la finalidad es buscar el posicionamiento de la marca, fidelizar clientes, engagement y venta.

Se recalca que este trabajo no fue una investigación como tal, sino una práctica final sobre

todos los conocimientos adquiridos durante el Curso de Especialización en Medios Digitales y Redes Sociales. Por lo tanto, este trabajo no presenta capítulos sino que son los pasos a seguir para crear un plan de marketing para una marca personal.

Por lo tanto, el resultado final de este trabajo se da a conocer los objetivos generales y específicos de la marca, canales digitales a utilizar, líneas de contenido, planificación de contenido a publicar para 15 días en las redes sociales Facebook e Instagram y el calendario de contenido para cada red social con sus respectivas piezas gráficas.

## **SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA**

En primer lugar, es de tener claro el entorno de una marca, emprendimiento o empresa, en la que se deben de conocer cuáles son sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA), con esa información recabada se puede obtener los puntos fuertes y débiles y así tomar las mejores decisiones para la marca.

Por lo tanto, la marca Alejandro Brito, Creador Digital, surge en el año 2016 cuando cursaba 3<sup>a</sup> año de la carrera de Licenciatura en Periodismo, en ese momento estaba cursando la materia de redacción para medio impreso, en la cual decidí explotar los conocimientos que iba adquiriendo en crear mi blog en la página SimpleSite.com, es un sitio web donde permite elegir cientos de diseños, utilizar plantillas, colores y fondos diferentes.

De modo que, luego de cursar la especialización surge la idea de explotar esos conocimientos adquiridos renovando la marca para dar a conocer sus servicios de una manera creativa para las redes sociales, solucionando los problemas de emprendedores o empresas que no saben cómo llegar a sus audiencias.

Además, por la falta de oportunidad laboral en el país lo han llevado a emprender digitalmente con sus conocimientos, y experiencias en el periodismo y marketing digital.

Actualmente, está iniciando con el proceso de darse a conocer sus servicios en las redes sociales. Por lo tanto, la estrategia principal es que el público conozca los servicios de la marca. Luego, los clientes potenciales puedan contratar únicamente sus servicios y no trabajar de manera fija ya que esta marca es independiente.

## LOGO DE LA MARCA



## OBJETIVOS DE LA MARCA

- **Objetivos Generales:**

1. Posicionamiento SEO de la marca Alejandro Brito, Creador Digital.
2. Ventas los primeros 3 meses con un mínimo de 3 clientes por cada mes.

- **Objetivos Específicos:**

1. Aumentar la interacción con las distintas líneas de contenido.
2. Obtener fidelización de los usuarios con la marca.
3. Incrementar seguidores cada semana en las 3 redes de la marca.
4. Mejorar la retención de clientes

## KPI'S

Hace referencia a una serie de métricas que se utilizan para sintetizar la información sobre la eficacia y productividad de las acciones que se lleven a cabo en un negocio con el fin de poder tomar decisiones y determinar aquellas que han sido más efectivas a la hora de cumplir con los objetivos marcados en un proceso o proyecto concreto.

Además, los KPI'S también son conocidos como indicadores de calidad o indicadores clave de negocio que pueden ser utilizados y aplicables en cualquier área de negocio y sector productivo, aunque son utilizados de una forma muy habitual en el marketing online.

### **1.- En 1 año: Quiero que mi marca sea reconocida en todo el país.**

- **KPI'S**: Aumento de comunidad online, este objetivo lo voy a medir por la cantidad de nuevos seguidores en las redes sociales.
- **KPI'S**: Fidelización de comunidad: Este objetivo se va a medir por la cantidad de usuarios participado en dinámicas o publicaciones que generen conversación.

### **2-En 2 años: Ganar notoriedad, aumentado el número de seguidores y de marcas a promocionar.**

- **KPI'S**: Fidelización de comunidad, este objetivo lo voy a medir en la cantidad de usuarios que participen en dinámicas o publicaciones.

#### **2.1-una mayor interacción con mis seguidores.**

- **KPI'S**: Fidelización de comunidad, se medirá por la cantidad de usuarios participado en dinámicas o publicaciones que generen conversación.

### **3-Publicar contenido que tenga credibilidad para fidelizar clientes y seguidores.**

- **KPI'S**: Exposición del producto, este objetivo lo voy a medir por las consultas sobre los servicios de forma privada o pública.

### **4-En 5 años: Contratar personal para colaborar en la creación de contenido, promoción de marcas y administración de redes sociales.**

- **KPI'S**: Aumento de comunidad online, Este objetivo se medirá por la cantidad de nuevos seguidores en las redes sociales y dependiendo de eso voy a ver si es necesario contratar más personal o no.

**4.1-Agilar el proceso de producción de contenido mediante contratación anual de nuevos empleados.**

- **KPI'S**: Exposición del producto, se medirá por los mensajes privados y consultas sobre los servicios de forma privada o pública.

## DESCRIPCIÓN DE LA MARCA

La descripción de productos es el elemento vital en un sitio web que tiene por objetivo atraer, informar y convencer al consumidor de comprar un artículo. Este apartado se conforma por las características, funciones y valores por las que el producto se destaca: qué lo hace diferente y por qué da valor al usuario.

En este sentido, la marca Alejandro Brito, Creador Digital, ofrece servicios en el área de comunicaciones y marketing, sus experiencias laborales y preparación académica le han ayudado a que pueda ofrecer variedad de servicios a diferentes empresas o emprendimientos.

Todos los servicios se ofrecerán en las 2 redes sociales de la marca, Facebook e Instagram, creando contenido de valor, venta, interacción con su público, entre otros.

### **Sus servicios son:**

#### ❖ Crear contenido:

- Reels
- Historias de Instagram o Facebook
- Publicaciones en Instagram o Facebook

Acá se tomará en cuenta no solo el tipo de contenido que se realizará para la empresa o emprendimiento sino que también el tiempo de cada uno y el producto final deseado por el cliente, recalcar que cada precio será diferente.

#### ❖ Edición de videos :

- Videos cortos

Para este servicio se tomará 3 cosas importantes:

- Si el cliente necesita que se grabe, la marca lo hará con un costo adicional y se le informará que la marca no posee cámara de vídeo.
- Si en la edición se necesita limpiar audios o agregar en último momento detalles se le cobrará adicionalmente \$10.00 por video.
- Todas las ediciones se trabajarán desde Adobe Premiere.

❖ Diseño de artes:

- Diseños hechos en Canva.
- Artes de infografías.
- Post de contenido de valor o venta para Facebook e Instagram, Stories.
- Fotografías dañadas en Photophop, y otros servicios dependiendo la factibilidad.

**Afiches publicitarios:** Para este servicio se tomará en cuenta 2 cosas importantes:

- Si el cliente necesita recomendaciones de cómo pueden ir los artes, se le brindará ese servicio con un pequeño costo adicional.
- Si el cliente ya sabe cómo quiere su arte y si hay observaciones, la marca le hará saber al cliente para que pueda mejorar sus artes.

## FODA

Un análisis FODA o DAFO es una herramienta diseñada para comprender la situación de un negocio a través de la realización de una lista completa de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Resulta fundamental para la toma de decisiones actuales y futuras.

Además, FODA es una herramienta muy valiosa para cualquier negocio, en tanto que da la pauta para conocer lo que se está haciendo bien y todo aquello que representa un reto actual o potencial.

- ❖ Las fortalezas en el análisis FODA, representan los puntos fuertes de una empresa. Se incluyen todos los aspectos positivos que emanen y de los cuales puede depender el futuro de la organización.
- ❖ Las oportunidades en el análisis FODA, representan todas las buenas oportunidades que tiene la empresa y de las cuales puede beneficiarse. Son todos aquellos aspectos internos que pueden ayudar a una organización a alcanzar sus metas.
- ❖ Las debilidades en el análisis FODA, representan los puntos débiles o aspectos negativos internos de una empresa. Estas dependen de la misma organización y la colocan en un punto desfavorable en comparación con sus competidores. Estas pueden ser falta de habilidades y experiencia o incluso equipo o tecnología.
- ❖ Las amenazas en el análisis FODA, son todos aquellos problemas, desafíos, obstáculos o dificultades por los que puede atravesar una empresa. Estas situaciones negativas pueden llegar a provocar problemas, conflictos o hasta poner en riesgo la permanencia de la organización.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Formación universitaria	Crecimiento en el ámbito digital
Disponibilidad de horarios	Alianza estratégica
Creatividad y calidad en el trabajo	Necesidad de los servicios
Habilidades tecnológicas	Poca competencia en el país
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Falta de personal	Negocios con propuestas similares
Falta de recursos económicos	Bajo nivel de conocimiento en la fotografía

## REDES SOCIALES DE LA MARCA

Las redes sociales, en el mundo virtual, son sitios y aplicaciones que operan en niveles diversos como el profesional, de relación, entre otros, pero siempre permitiendo el intercambio de información entre personas y/o empresas.

El principal propósito de las redes sociales es el de conectar personas. Completas tu perfil en canales de social media e interactúas con las personas con base en los detalles que leen sobre ti. Se puede decir que las redes sociales son una categoría de social media.

Por lo tanto, la marca Alejandro Brito, Creador Digital, utilizará 2 redes sociales que son: Facebook e Instagram. En el cual le ayudará a tener presencia en estos canales digitales para construir posicionamiento, ganar la atención de sus potenciales clientes y generar ventas.

- ❖ **Facebook:** Sus funciones permiten distribuir y promocionar el contenido. aumentar la visibilidad de tu marca.



- ❖ **Instagram:** Es una plataforma destinada a generar impacto con el contenido visual y utilizar los hashtags para generar un gran alcance.



## **ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

El análisis de la competencia es el proceso que pone en práctica una empresa para saber cómo actuar en el ambiente competitivo, el cual empieza reconociendo a sus competidores para determinar cuáles son sus principales objetivos, estrategias, puntos débiles y fuertes.

No obstante, el análisis de la competencia es una herramienta muy importante para cualquier empresa que se encuentra orientada hacia el mercado.

Sin duda, para que las empresas alcancen el éxito en un mercado altamente competitivo, todas las decisiones relacionadas sobre estrategias y tácticas de marketing que van a implementar, deben fundamentarse con la forma de actuar y de reaccionar de los competidores.

Por otra parte, los aspectos más relevantes que las empresas deben conocer sobre sus competidores se basan en el conocimiento sobre sus productos, precios, procesos de comunicación y de distribución.

A continuación, se muestra como la marca entablo a sus competidores. En primer lugar, la mayoría de competencias en el país no están ofreciendo sus servicios en redes sociales.

De manera que, la competencia de la marca son 3 salvadoreños y 1 competencia internacional de Estados Unidos, cada uno posee diferente estilo de servicios en sus marcas.

**LISTADO DE EMPRESAS**

COMPETENCIA:	FACEBOOK:	INSTAGRAM:
Kathysilva.sv		✓
arte.digitalsv		✓
mbmarketing_sv		✓
Soymeliemprende	✓	

**Competencia 1: Kathysilva.sv (Instagram)**

Su contenido en la red social Instagram son: Pasos para crear un plan de marketing, tips para publicar contenido en redes sociales, ideas de contenido para emprendimientos, tips para triunfar en la red social Instagram.



Su 1ª publicación fue el 12 de enero de 2022 y su última fue el 2 de marzo.

Los colores con los que trabaja las piezas gráficas son 2: blanco hueso y morado suave, posee 193 Seguidores en su cuenta, ha realizado 19 publicaciones en total, posee 4 historias destacadas y 4reels, no contesta todos los comentarios que su público le realiza en su red, pero si responde de manera rápida sus inbox.



## **Competencia 2: arte.digitalsv (Instagram)**

Su contenido consiste en: Ayudar a emprendedores en sus redes sociales, creación de plantillas editables, contenido creativo y captación de clientes.

Su 1ª publicación fue el 11 de agosto del 2021 y su última fue el 22 de marzo de 2022.

Los colores con los que trabaja las piezas gráficas son 6: negro, verde, gris, rosado, blanco y celeste, posee 58 seguidores en su cuenta, ha realizado 7 publicaciones en total, no posee historias destacadas, pero si tiene 4 Reels y no responde de manera rápida sus inbox.



### Competencia 3: mbmarketing\_sv (Instagram)

Esta cuenta pública contenido acerca de: Fotografía, asesorías de marca, creación de contenido, incrementos en ventas y plan de estrategias.

Su 1ª publicación fue el 23 de Septiembre del 2021 y su última fue el 2 de marzo de 2022.

Los colores con los que trabaja las piezas gráficas son 2: rosado vieja y blanco, posee 862 seguidores en su cuenta, ha realizado 74 publicaciones en total, posee 13 historias destacadas pero si tiene 23 Reels, responde de manera rápida sus inbox y responde todos los comentarios que sus seguidores le realizan en su cuenta.

El 80% de las publicaciones en la cuenta son de contenido de valor y el 20% es contenido de venta en la que la agencia ofrece sus servicios a los clientes.



## Competencia 4: Soymeliemprende (Facebook)



Su trabajo consiste en: Estrategia para Instagram, construcción de sitio web, asesoría de Instagram y creación de contenido de valor.

Su 1ª publicación fue el 23 de Septiembre del 2021 y su última fue el 2 de marzo de 2022.

Los colores con los que trabaja las piezas gráficas son 2: rosado vieja y blanco, posee 862 seguidores en su cuenta, ha realizado 74 publicaciones en total, posee 13 historias destacadas pero si tiene 23 Reels, responde de manera rápida sus inbox y responde todos los comentarios que sus seguidores le realizan en su cuenta.



Luego de analizar cada una de las competencias, se puede identificar y evaluar a los competidores, cuáles son sus fortalezas y debilidades que poseen con relación a la marca y así poder anticiparse a las amenazas del mercado.

Se decide colocar 3 competencias nacionales porque es necesario conocer el trabajo que ellos realizan con sus clientes, como venden su producto, el contenido que publican en sus cuentas, los colores que utilizan en sus piezas gráficas, el tipo de publicación que realizan y como es que interactúan con sus clientes.

Además se escogió 1 competencia internacional, porque es bueno ver como se encuentra el panorama en la materia de creadores de contenido fuera del país y que tan preparada esta la marca frente ellos.

## **BUYER PERSONA**

Un buyer persona es una descripción abstracta de tu consumidor ideal. Se puede basar en datos cualitativos y cuantitativos de una investigación de mercado, competidores y perfiles de clientes existentes.

Sin embargo, generar un buyer persona no consiste en describir una potencial audiencia de compra de un negocio. Sino en generar un conjunto de datos que puedan ser utilizados por los departamentos de marketing, ventas y productos para crear campañas basadas en datos e inversiones inteligentes.

Además, conocer el comportamiento, gustos y trayectoria de nuestros clientes potenciales nos permite crear una comunicación más individualizada. Es decir, sabremos qué estilo utilizar, qué tipo de contenido compartir y en qué canales digitales se encuentra nuestro buyer persona.

Por lo tanto, los buyers persona de la marca son 3 en cual se investigó a personas de cada rubro como posibles clientes ideales, donde cada uno se encarga de buscar estos servicios en sus trabajos.

## Buyer persona 1:

# Karla Paz



### Datos Personales:

Edad: 29 años  
Sexo: Femenino  
Estado civil: soltera  
Profesión: Licenciada en Administración de Empresas.  
Su trabajo: es recepcionista en una empresa de telefonía.  
Ingresos: \$500 mensuales  
Ubicación geográfica: Vive en casa de sus padres en el municipio de San Salvador.



### Sinopsis:

Karla es emprendedora de artículos decorativos hechos a mano para el hogar, tiene su negocio en la red social de Instagram, por el momento tiene una crisis en la cual no sabe manejar sus redes sociales para crear contenido de valor y generar más ventas.



### Objetivos:

Son que más personas conozcan su emprendimiento, sigan sus cuentas y hacer envíos a los 14 departamentos de El Salvador.



### Metas:

Lograr que el 50% de sus seguidores en Instagram adquieran un producto y conseguir nuevos clientes.





### **Retos:**

Aumentar sus ahorros para poder innovar sus productos y combinar su estabilidad laboral con la familiar.



### **Frustraciones:**

No obtener rentabilidad en su negocio y quedar mal con sus clientes en los envíos.



### **Productos y servicios:**

Con mi marca Alejandro Brito, ofrezco ayudarle a crear una estrategia para que ella pueda generar más ventas, creándole contenido como: historias, post para su instagram, fotografías, reels, videos en vivo y capacitación básica sobre el manejo de redes sociales.



### **Impresiones negativas:**

No soy muy creativa, me da pena y miedo mostrarme ante cámara, no poseo un celular de gama media para tomar fotografías adecuadas a mis productos y no tengo tiempo para recibir cursos.

## Buyer persona 2:

# Fredy Rosales



### Datos Personales:

Edad: 35 años  
Sexo: Maculino  
Estado civil: Casado con 2 hijos  
Profesión: Gerente de marketing  
Su trabajo: Buscar impulsores para la marca de bebidas energéticas  
Ingresos: \$900 mensuales  
Ubicación geográfica: Vive en casa propia, en el municipio de la Libertad



### Sinopsis:

Mavin es un empleado del sector privado, dinámico, con buenas relaciones interpersonales y busca mi servicio para impulsar su marca de bebidas energéticas llamada: "Activate".



### Objetivos:

Son que más personas conozcan su producto a través de las redes sociales y posicionarse bien en el mercado.



### Metas:

Aumentar las ventas en un 15% mensual y que el consumidor se sienta satisfecho con el producto adquirido.





### **Retos:**

Hacer crecer sus redes, mostrar el producto a través de las redes, incentivar al consumidor a que pueda probar su producto.



### **Frustraciones:**

No lograr vender nada y que la marca no pueda ser posicionada dentro de los consumidores.



### **Productos y servicios:**

Con mi marca puedo ayudar a posicionar su producto a través de mis seguidores, puedo crearle contenido para sus redes sociales y que pueda observar el crecimiento en sus estadísticas.



### **Impresiones negativas:**

No logra distinguir un contenido de valor y uno de venta, no cuento con muchos seguidores en las redes sociales y no poseo el tiempo adecuado para capacitarme en redes sociales.

## Buyer persona 3:

# Beatriz Sandoval



### Datos Personales:

Edad: 32 años  
Sexo: Femenino  
Estado civil: Soltera  
Profesión: Psicóloga  
Su trabajo: Clínica psicológica y es fundadora de noticias locales de su municipio para la red Facebook  
Ingresos: \$450  
Ubicación geográfica: San Salvador, municipio de Mejicanos



### Sinopsis:

Beatriz en su tiempo libre se dedica a cubrir noticias comunitarias de su municipio donde ella vive, posee una fan page en Facebook en la que ella es la única persona que trabaja en esa página.



### Objetivos:

Conseguir más seguidores en su fan page de facebook, mejorar el aspecto de su red social y convertirse en un medio veraz y confiable.



### Metas:

Contratar más personal que le ayude a la creación de contenido y hacer 2 transmisiones en vivo de las noticias del acontecer diario.



### **Retos:**

Generar más fuentes de empleo, interacciones en la red y contenido multimedia.



### **Frustraciones:**

No conseguir la publicidad necesaria para sustraer gastos, que facebook me sancione la página por publicar algo indebido para ellos.



### **Productos y servicios:**

Mejorar el aspecto de su fan page de facebook, capacitación sobre técnicas de redacción para medios digitales y creación de contenido para su red (Videos, fotografías, historias, reels y transmisiones en vivo.



### **Impresiones negativas:**

Se me va a dificultar hacer uso del equipo fotográfico ya que adquirir el equipo necesario como cámaras, micrófono, trípode, será un poco difícil ya que su costo es elevado y no se tendrá tiempo disponible para participar en las capacitaciones.

## CANALES DIGITALES Y LÍNEAS DE CONTENIDO

Los canales de marketing son los medios que se utilizan para llevar el mensaje del producto o servicio hacia el cliente final, es decir, son los mecanismos que permiten exhibir lo que deseas vender al público objetivo.

Para implementar los canales digitales se debe realizar el análisis de la competencia, conocer el perfil del cliente.

Por lo cual, se debe poseer líneas de contenido ya que estas permiten establecer temas para desarrollar en los canales digitales y ayudan a delimitar el rango temático de la estrategia de contenidos.

A continuación, se muestra los canales y las líneas de contenido que la marca necesita:

Canales digitales	Líneas de contenido
Facebook	Contenido venta
Instagram	Contenido de valor

Ahora bien, cada canal digital posee diferentes formatos por ende la marca implementará los siguientes tomando en cuenta las líneas de contenido.

Canales digitales	Líneas contenido	Formatos
<b>Facebook</b>	Contenido de venta	Post de venta
<b>Instagram</b>	Difusión, interacción Contenido de valor, Venta	Stories, publicaciones

## **CALENDARIO DE CONTENIDO**

Un calendario de contenido implica planificar y organizar el tema a publicar en los canales digitales. Por lo tanto, el calendario permite focalizar una estrategia de contenidos y poder llegar a más clientes potenciales.

El calendario puede ser semanal, mensual o anual. Pero primero se debe realizar una logística para llevar un orden.

A continuación, se presenta el calendario de contenido de la marca Alejandro Brito, Creador Digital por 15 días del lunes 28 de marzo al lunes 11 de abril, teniendo en cuenta que, el primer calendario es para Instagram y el segundo es para Facebook.

## Calendario Semanal de Instagram

Fecha y hora	Tipo de contenido	Pilar de contenido	Copy	Descripción gráfica
Lunes 28 de marzo / 10:00 am	Reel	Valor: Algunas de las peores y mejores opciones de jugos de naranja	Algunos creen que los jugos son mejores que comer frutas y verduras enteras porque el cuerpo puede absorber mejor los nutrientes y le da a al sistema digestivo un descanso de la digestión de la fibra.	 A screenshot of an Instagram Reel. The video shows a hand holding a large bottle of orange juice in a supermarket aisle. The text overlay reads: "Algunas de las peores y mejores opciones de jugos de naranja en el supermercado". There are also orange slices and a play button icon overlaid on the image. The video duration is 00:02 to 00:13.

<p>Lunes 28 de marzo / 7:00 pm</p>	<p>Historia</p>	<p>Valor: ¿Qué es el retrato empresarial? + música de fondo</p>	<p>Es una imagen que explica brevemente a que te dedicas y esa imagen la utilizas en tus redes sociales, website o en sitios de trabajo.</p>	
<p>Martes 29 de marzo/ 10:00 am</p>	<p>Historia</p>	<p>Entretenimiento: Frases motivacionales + música de fondo</p>	<p>Hay una vieja frase que dice: " quien da amor nunca pierde, el que pierde es el que no supo recibirlo"</p>	
<p>Martes 29 de marzo / 12:00 md</p>	<p>Post</p>	<p>Valor: Retrato Empresarial</p>	<p>Hacer un retrato es como hacer un viaje, que es lo que tú haces, te preparas con la ropa que te vas a poner, zapatos a usar.</p>	

<p>Martes 29 de marzo 7 8:00 pm</p>	<p>Historia</p>	<p>Valor: fotos creativas con tu celular</p>	<p>Usa el modo panorámico, gira el móvil y listo.</p>	
<p>Miércoles 30 de marzo / 10:00 am</p>	<p>Historia</p>	<p>Servicios: Lista de servicios que ofrece mi marca parte 1</p>	<p>Servicios que ofrece mi marca: ayudar a promocionar marcas, creador de contenido y administración de redes sociales</p>	
<p>Miércoles 30 de marzo/ 7:00 pm</p>	<p>Post</p>	<p>Valor: poses de fotos para Instagram</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Boca abajo si no quieres mostrar tu estómago.</li> <li>2. Cruzar las manos y sentarte con las piernas un poco abiertas.</li> <li>3. De frente, con los brazos abiertos.</li> <li>4. Sentado, para mostrarte de cuerpo entero.</li> </ol>	

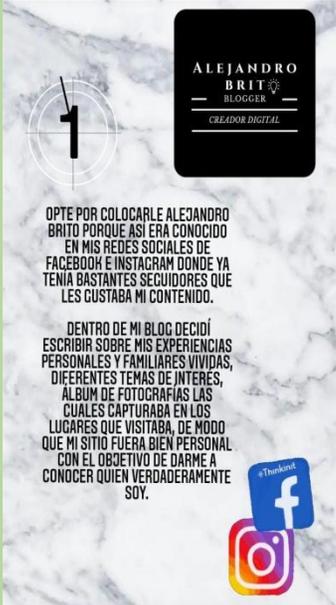
<p><b>Jueves 31 de marzo / 10:00 am</b></p>	<p>Historia</p>	<p>Servicios: Historia acerca de la creación de mi marca personal parte 1</p>	<p>Mi marca surgió en el año 2016 cuando cursaba 3ª año de la carrera de Licenciatura en Periodismo, en ese momento estaba cursando la materia de redacción para medio impreso, en la cual decidí explotar los conocimientos que iba adquiriendo en crear mi blog en la página SimpleSite.com, es un sitio web donde permite elegir cientos de diseños, utilizar plantillas, colores y fondos diferentes.</p>	
<p><b>Jueves 31 de marzo / 8:00 pm</b></p>	<p>Historia</p>	<p>Valor: fotos creativas con tu celular.</p>	<p>Tírate al suelo, usa gran angular si tienes</p>	

<p><b>Viernes 1 de abril / 10:00 am</b></p>	<p>Historia</p>	<p>Entretenimiento: Frases motivacionales</p>	<p>Inspiren no humillen, motiven no humillen, orienten no humillen, enseñen no humillen.</p>	
<p><b>Viernes 1 de abril / 7:00 pm</b></p>	<p>Post</p>	<p>Valor: ¿Sabes que es una marca personal?</p>	<p>¿Sabes que es una marca personal? Es como te identifican y te recuerdan las personas en un ámbito profesional o laboral, gracias a cada acción que realizas y que te hace diferente a los demás. Para desarrollar una marca personal influye tu arreglo de ropa, que si se quiere triunfar en la vida hay que vestirse como un triunfador.</p>	

<p>Sábado 2 de abril / 10: 00 am</p>	<p>Historia</p>	<p>Valor: Factores poderosos para atraer a las personas</p>	<p>Factores poderosos para atraer a las personas: 1- tu tarjeta de presentación 2- tu website 3- tu actitud 4- aprender a hablar en público</p>	
<p>Sábado 2 de abril / 9:00 pm</p>	<p>Post</p>	<p>Valor: ¿Eres amante del color negro?</p>	<p>¿Eres amante del color negro? Hoy te comparto distintos significados psicológicos y culturales que comunica este color. De acuerdo con la teoría del color el negro representa: elegancia, lujo, poder y exclusividad. Se utiliza en el ámbito laboral para comunicar formalidad, seriedad, fortaleza y autoridad profesional. Por otro lado el color negro se asocia también con: la muerte, la depresión, tristeza y la</p>	

			oscuridad. ¡Sígueme para más tips!	
<b>Domingo 3 de abril / 10:00 am</b>	Post	Valor: se acerca el verano y ¿Sabes cuál es el mejor protector solar del mercado?	Se acerca el verano y ¿Sabes cuál es el mejor protector solar del mercado? Protector solar para deporte Banana Boat. Su factor de protección es +50 y su fórmula es totalmente hipoalergénica. No contiene aceites ni sustancias grasas. Luce un 4,4 sobre 5 y un 72 % de comentarios de 5 estrellas. Los protectores solares Banana Boat Sport te protegen del sol mientras estás practicando el deporte que más te gusta, y son muy resistentes al agua y al sudor.	
<b>Domingo 3 de abril / 12:00 md</b>	Historia	Valor: ¿Qué colores de ropa usar para sesión fotográfica?	¿Qué colores de ropa usar para sesión fotográfica? Si sacarás tus fotos en un lugar lleno de naturaleza y predomina el color verde, los colores de ropa recomendable son: amarillo,	

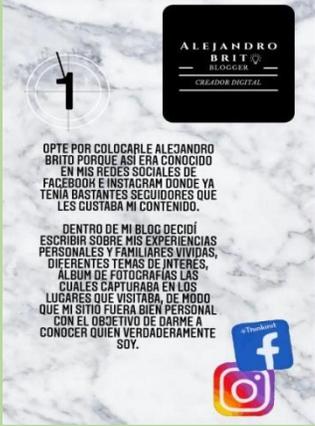
			anaranjado, rojo, rosa y morado.	<p>¿Qué colores de ropa usar para una sesión fotográfica?</p> <p>Si sacarán tus fotos es un lugar lleno de naturaleza y predomina el color verde, los colores de ropa recomenble son:</p> <p><b>Amarillo</b> <b>Anarajado</b> <b>Rojo</b> <b>Rosa y morado</b></p> 
<b>Domingo</b> <b>3 de abril</b> <b>/ 8:00 pm</b>	Post	Valor: ejemplos de fotos para tu Whatsapp	Ejemplos de fotos para tu Whatsapp. Si eres una persona que ofrece un servicio y tu Whatsapp business es atendido por ti, utiliza una foto profesional en tu perfil.	
<b>Lunes 4</b> <b>de abril /</b> <b>10:00 am</b>	Historia	Servicios: Historia acerca de la creación de mi marca personal parte 2	Historia acerca de la creación de mi marca personal. Opte por colocarle Alejandro Brito porque así era conocido en mis redes sociales de Facebook e Instagram donde ya tenía	

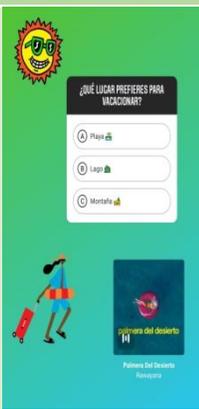
			<p>bastantes seguidores que les gustaba mi contenido. Dentro de mi blog decidí escribir sobre mis experiencias personales y familiares vividas, diferentes temas de interés, álbum de fotografías las cuales capturaba en los lugares que visitaba, de modo que mi sitio fuera bien personal con el objetivo de darme a conocer quien verdaderamente soy, como dice mi eslogan: "Siempre encuentro una forma de estar siempre conectado a lo vivido, a las experiencias pasadas y lo que más me gusta, poder enseñarlo y compartirlo".</p>	
<p>Lunes 4 de abril / 7:00 pm</p>	<p>Post</p>	<p>Valor: Beneficios de usar un reloj inteligente en tu vida</p>	<p>Beneficios de usar un reloj inteligente en tu vida. 1. Monitorea tu sueño 2- micrófono y altavoz integrado para realizar llamadas y recibir 3- resistente al agua y polvo. 4- perfecto para</p>	

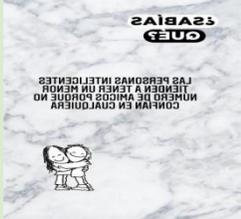
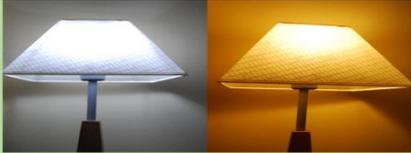
			<p>personas que practican un deporte.</p>	
<p><b>Martes 5 de abril / 10:00 am</b></p>	<p>Post</p>	<p>Servicio: producto antes y después</p>	<p>Producto antes y después: El fin de semana me fui a comprar una orquídea porque quería darle un toque diferente a mi casa con sus hermosas flores. La base de madera la encontré en Epa a sólo \$2.99.</p>	

<p><b>Martes 5 de abril / 12: 00 md</b></p>	<p>Historia</p>	<p>Entretenimiento: ¿Cuál es tu canción favorita de verano?</p>	<p>¿Cuál es tu canción favorita de verano? Canción palmera del desierto- Rawayana.</p>	
<p><b>Martes 5 de abril / 8:00 pm</b></p>	<p>Post</p>	<p>Valor: plantas para el interior de tu hogar</p>	<p>Las 2 mejores plantas de interiores resistentes, duraderos y fáciles de cuidar. Una Sansevieria Zeylanica también conocida como Lengua de suegra. Es así por su forma alargada y sus hojas bicolor en forma de espada. Spathiphyllum, Espatifilo o, más fácil: Lirio de la Paz. Se trata de una planta que purifica de forma natural y que desprende elegancia.</p>	

			<p>Anthurium o Anturio rojo en castellano: una planta muy vista en los hogares para aquellos a quienes les gusta tener flores y color. Se trata de un género neo tropical que resiste a todo tipo de temperaturas y condiciones.</p>	
<p><b>Miércoles 6 de abril / 7:00 pm</b></p>	<p>Post</p>	<p>Valor: cosas que no tienes que comprar para decorar tu casa este 2022</p>	<p>Cosas que no tienes que comprar para decorar tu casa este 2022. 1- Alfombras cortas 2- cortinas muy cortas 3- no compres vajillas plásticas.</p>	

<p><b>Jueves 7 de abril / 10:00 am</b></p>	<p>Historia</p>	<p>Servicios: Lista de servicios que ofrece mi marca parte 2</p>	<p>Mantener contacto directo con el público y comunicarme con los visitantes al blog, redes sociales o sitio web.</p> <p>Publicar y promover productos y servicios con contenidos interesantes para mi público con frecuencia en las publicaciones.</p>	
<p><b>Jueves 7 de abril / 12 md</b></p>	<p>Post</p>	<p>Valor: 3 errores que hacen que tu casa se vea más vieja</p>	<p>3 errores que hacen que tu casa se vea más vieja. Yo te digo por qué. 1- Tienes electrodomésticos de color blanco. 2- Muebles de estampados florales. 3_ Ventiladores de techo con lámparas adjuntas.</p>	

<p><b>Jueves 7 de abril / 8:00 pm</b></p>	<p>Historia</p>	<p>Valor: los colores en la decoración y lo que transmiten</p>	<p>Los colores en la decoración y lo que transmiten. El color rojo: pasión, calidez y movimiento. Color verde: calma, frescura y renovación.</p>	
<p><b>Viernes 8 de abril / 10: 00 am</b></p>	<p>Historia</p>	<p>Entretenimiento: ¿Qué lugar prefieres para vacacionar? Playa lago o montaña</p>	<p>¿Qué lugar prefieres para vacacionar? Playa lago o montaña</p>	

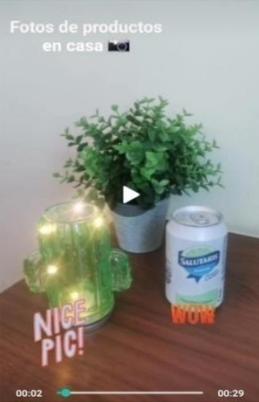
<p><b>Viernes 8 de abril / 7:00 pm</b></p>	<p>Post</p>	<p>Valor: ¿ver o no ver directo a la cámara?</p>	<p>¿Ver o no ver directo a la cámara? ¿Qué mensaje le quieres comunicar al mundo que te observa? Quieres reflejar un espíritu libre y viajero:: hago como que no me doy cuenta y que me saquen la fotografía volteando para un costado. Quieres comunicar una imagen fresca y relajada: voltea para un costado y nunca estará demás una sonrisa.</p>	
<p><b>Sábado 9 de abril / 10:00 am</b></p>	<p>Historia</p>	<p>Entretenimiento: Frasas motivacionales</p>	<p>¿Sabías que? Las personas inteligentes tienden a tener un menor número de amigos porque no confían en cualquiera.</p>	
<p><b>Sábado 9 de abril / 9:00 pm</b></p>	<p>Post</p>	<p>Valor: beneficios de utilizar luz blanca y luz cálida en tu hogar</p>	<p>Beneficios de utilizar luz blanca y luz cálida en tu hogar. Luz blanca: Aumenta la concentración, ves con más claridad las cosas. Luz cálida: Ayuda a que la vista descanse y ayuda</p>	

			a relajarte.	
Domingo 10 de abril / 12 md	Post	Valor: tips para humanizar tu marca	Tips para humanizar tu marca. 1-Se auténtico: conoce bien tu propósito y transmítelo con tu marca. 2- Empatía: crea contenido de calidad siguiendo las recomendaciones de tu audiencia. 3- interactúa con tu comunidad: genera conversaciones interesantes, que fomenten el diálogo y responde siempre a sus preguntas y comentarios.	
Domingo 10 de abril / 8:00 pm	Historia	Valor: tips para triunfar en Instagram	Tips para triunfar en Instagram: 1. crea contenido propio tomando en cuenta la creatividad. 2. responde mensajes de tu audiencia.	

<p><b>Lunes 11 de abril / 10:00 am</b></p>	<p>Post</p>	<p>Entretenimiento: ¿Qué bebida te hace comenzar tu día con energía?</p>	<p>¡Buenos días! ¿Ya sonreíste hoy? ¿Qué bebida les hace comenzar su día con energía? Házmelo saber en los comentarios.</p>	
<p><b>Lunes 11 de abril / 7:00 pm</b></p>	<p>Historia</p>	<p>Valor: canción que puedes utilizar en tus historias</p>	<p>Canción que puedes utilizar en tus historias, música de positive Vibes-soundbeaver</p>	

### Calendario semanal de Facebook

Fecha y hora	Tipo de contenido	Pilar de contenido	Copy	Descripción gráfica
Lunes 28 de marzo /9:00 am	Historia	Entretenimiento: Frasas motivacionales	¿Sabías que? Las personas más solitarias, son las más amables. Las personas más tristes, tienen la sonrisa más brillante.	

<p>Lunes 28 de marzo / 8:00 pm</p>	<p>Reel</p>	<p>Valor: Fotos de productos en casa</p>	<p>Fotos de productos en casa. Para realizar esta sesión de fotos vamos a necesitar 3 pliegos de cartulina de diferentes colores y una gaseosa.</p>	
<p>Martes 29 de marzo / 7:00 pm</p>	<p>Post</p>	<p>Valor: ¿Conoces la regla de los 3 segundos?</p>	<p>¿Sabes cuánto tiempo le toma al ser humano crearse una imagen de tu persona? 3 segundos, una mirada normal solamente dura: 1 segundo mientras que una mirada llena de interés y que le atrae algo que vio a primera vista es la mirada que dura: 3 segundos. Esos 3 segundos son críticos porque si no impactamos en esos primeros segundos la persona pierde el interés, así que ya sabes, para captar la atención y cautivar a primera vista a una persona , logra una mejor imagen</p>	

			de entrada de tu servicio o empresa.	
Miércoles 30 de marzo / 9:00 am	Historia	Servicios: Historia acerca de la creación de mi marca personal parte 1	Mi marca surgió en el año 2016 cuando cursaba 3ª año de la carrera de Licenciatura en Periodismo, en ese momento estaba cursando la materia de redacción para medio impreso, en la cual decidí explotar los conocimientos que iba adquiriendo en crear mi blog en la página SimpleSite.com, es un sitio web donde permite elegir cientos de diseños, utilizar plantillas, colores y fondos diferentes	 <p><i>Historia de mi marca</i></p> <p>Mi marca surgió en el año 2016 cuando cursaba 3º año de la carrera de Licenciatura en Periodismo, en ese momento estaba cursando la materia de redacción para medio impreso, en la cual decidí explotar los conocimientos que iba adquiriendo en crear mi blog en la página SimpleSite.com, es un sitio web donde permite elegir cientos de diseños, utilizar plantillas, colores y fondos diferentes.</p> <p>ALEJANDRO BRIT — PERIODISTA — — CREADOR DIGITAL —</p>
Miércoles 30 de marzo / 8:00 pm	Post	¿Qué es una marca personal ?	Es como te identifican y te recuerdan las personas en un ámbito profesional o laboral. Para desarrollar una marca personal influye como te arreglas con tu ropa, que si se quiere triunfar en la	

vida se debe vestir como un triunfador.



Jueves 31 de marzo /7:00 pm

Historia

Entretenimiento:  
¿Cuál es tu canción favorita de verano 2022?

¿Cuál es tu canción favorita de verano 2022? Y mi canción favorita de este verano.

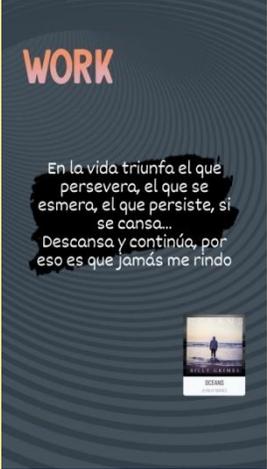


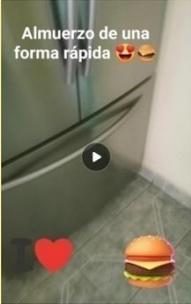
<p>Viernes 1 de abril / 9:00 am</p>	<p>Post</p>	<p>Valor: ¿Cuál es tu mejor perfil para sacarte una fotografía?</p>	<p>¿Cuál es tu mejor perfil para sacarte una fotografía? Como bien sabemos el rostro humano no es simétrico. Existen leves diferencias entre el lado izquierdo y el lado derecho que si bien no se notan, están presentes. Esto quiere decir que las emociones más intensamente del lado izquierdo del rostro y si nos reímos destaca más la sonrisa en la parte izquierda que en la derecha de la cara.</p>	
<p>Viernes 1 de abril / 8:00 pm</p>	<p>Post</p>	<p>Valor: 5 consejos para aprovechar el protector solar durante vacaciones</p>	<p>Una de las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud para evitar el cáncer de piel es usar a diario un protector solar de amplio espectro, con factor de protección igual o superior a 30. 1. En días nublados también se debe usar protector. Más del 80 % de la radiación traspasa las nubes. 2. Las versiones en gel y loción</p>	

			<p>ofrecen la misma protección que las cremas Independientemente de la presentación. 3. El protector solar no siempre deja la piel grasa.4. Incluso después de las 4:00 p.m. es necesario usar protector solar. 5. No hay que esperar después de la aplicación para que el protector haga efecto.</p>	
<p>Sábado 2 de abril / 8:00 pm</p>	<p>Historia</p>	<p>Entretenimiento: ¿Qué prefieres?</p>	<p>Entretenimiento: encuesta ¿Qué lugar prefieres para ir de vacaciones? Playa o montaña.</p>	 <p>The image shows a digital survey interface. At the top, there is a logo for 'Go to the BEACH' with a colorful beach ball icon. Below the logo, the survey question is displayed: '¿Qué lugar prefieres para ir de vacaciones?'. There are two radio button options: 'PLAYA' (with a beach icon) and 'MONTAÑA' (with a mountain icon). At the bottom, there is a small logo for 'CALMA (REMIX)'.</p>

<p>Domingo 3 de abril / 9:00 am</p>	<p>Post</p>	<p>Valor: ¿Contestas mensajes de voz por Whatsapp?</p>	<p>¿Contestas mensajes de voz por Whatsapp? La personalidad de cada cliente es única y diferente y si tu cliente te manda un mensaje de voz por Whatsapp business ¿Qué es lo recomendable? Contestar con otro mensaje de voz.</p>	
<p>Domingo 3 de abril / 7:00 pm</p>	<p>Historia</p>	<p>Valor: Evita estos erros en tu casa</p>	<p>1- Cables a la vista, ocúltalos usando una canaleta. 2- barra de la cortina cerca de la ventana. La barra de la cortina debe ir cerca del techo. 3- cuadros mal alineados. Los cuadros deben estar alineados siempre.</p>	<p><b>Evita estos 3 erros en tu casa</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Cables a la vista , ocúltalos usando una canaleta.</li> <li>2- barra de la cortina cerca de la ventana. La barra de la cortina debe ir cerca del techo.</li> <li>3- cuadros mal alineados. Los cuadros deben estar alineados siempre.</li> </ol> 

<p>Lunes 4 de abril  / 8:00 pm</p>	<p>Post</p>	<p>Valor: 3 plantas de interior</p>	<p>1- Lengua de suegra: riega una vez cada 2 semanas 2- árbol de jade: pulveriza de vez en cuando. 3- costilla de Adán: riega 1 vez a la semana.</p>	
<p>Martes 5 de abril / 7:00 pm</p>	<p>Post</p>	<p>Valor: Tips para humanizar tu marca</p>	<p>Te dejo unos tips para utilizar en tu marca personal: 1- Se auténtico: Debes conocer bien cuál es tu propósito de crear tu marca y así debes transmitirlo a tu público. 2- Crea contenido de calidad, siempre siguiendo todas las recomendaciones de tu audiencia. 3- No olvides interactuar con tu comunidad, responde siempre preguntas y comentarios.</p>	

<p>Miércoles 6 de abril / 8:00 pm</p>	<p>Historia</p>	<p>Entretenimiento: Frases motivacionales</p>	<p>En la vida triunfa el que persevera, el que se esmera, el que persiste, si se cansa. Descansa y continúa, por eso es que jamás me rindo.</p>	
<p>Jueves 7 de abril / 9:00 am</p>	<p>Post</p>	<p>Valor: ¿Qué colores de ropa usar para una sesión fotográfica?</p>	<p>Hoy te comparto esta información muy útil: Si el lugar dónde sacarán tus fotos es un lugar lleno de naturaleza y predomina el color verde: los colores de ropa recomendable son: Amarillo, naranja, rojo, rosa y morado. Sígueme para más tips.</p>	

<p>Jueves 7 de abril / 7:00 pm</p>	<p>Reel</p>	<p>Entretenimiento: ¿Cómo cocinar tu almuerzo de forma fácil, rápida y sencilla.</p>	<p>¿Cómo cocinar tu almuerzo de forma fácil, rápida y sencilla. Hazlo todo en 20 min y disfrutarás de unas deliciosas hamburguesas cocinadas en casa.</p>	
<p>Viernes 8 de abril / 9:00 am</p>	<p>Post</p>	<p>Valor: Tips para usar prendas blancas en tus fotos</p>	<p>Las prendas blancas dan volumen y si se usan incorrectamente provocaras que te veas más ancho de lo normal en ciertas zonas del cuerpo. A continuación te comparto un tips muy útil de la cintura para arriba usa colores claros y de la cintura para abajo colores oscuros.</p>	
<p>Sábado 9 de abril / 9:00 am</p>	<p>Historia</p>	<p>Valor: Posturas de poder</p>	<p>Las posturas de las personas poderosas son: la espalda, y los hombros erguidos y levanta la barbilla. Cuando nos sentimos poderosos nos estiramos y las manos se encuentran a la vista de</p>	

			las personas.	
Sábado 9 de abril / 8:00 pm	Post	Valor: Beneficios de tener un reloj inteligente	<p>Beneficios de tener un reloj inteligente.</p> <p>1- Medición de la actividad diaria. Pasos, calorías y distancia recorrida. ...</p> <p>2-Medición del sueño. De forma automática empezará a contabilizar la cantidad y la calidad de tu sueño en cuanto te duermas.</p> <p>3-Medición del ejercicio. ...</p> <p>4-Medición del ritmo cardíaco. ...</p>	
Domingo 10 de abril / 7:00 pm	Post	Valor: ¿Tu color favorito es el blanco	<p>La psicología del color explica que el color blanco simboliza: libertad, simplicidad, esperanza, perfección y ofrece una sensación de paz, calma y quietud. El significado de un color,</p>	

			<p>puede cambiar en otros países. Ejemplo: En Japón, India y China es el color del luto o la mala suerte.</p>	
<p>Lunes 11 de abril / 7:00 pm</p>	<p>Post</p>	<p>Valor: Significado del color rojo</p>	<p>La psicología del color nos enseña que el color rojo simboliza: pasión, amor, calor, fuego, energía y la vida misma. Un color por excelencia intenso y de temperamento fuerte, audaz, sensual y valiente. El rojo también se vincula con su lado negativo con el odio, la violencia, la sangre, lo prohibido y advierte o señala peligro.</p>	<p>The infographic is titled "ROJO" and includes the text: "Es un color que nos hace recordar y asociarlo de manera inmediata como el fuego y la sangre, su significado puede variar en cada cultura y persona." It lists various associations: AMOR, PASIÓN, PELIGRO, AGRESIVIDAD, EXCITACIÓN, SENSUALIDAD, FUERZA, EROTISMO, PROHIBIDO, PODER, VALOR, TENTACIÓN, AUDACIA, DESEO, and ENERGÍA. At the bottom, it features logos for YouTube, Red Bull, Coca-Cola, H&amp;M, and Levi's, along with the text "@YIMINSHIM • WWW.YIMINSHIM.COM".</p>

## REFERENCIAS

- ❖ Asana. (2021, julio 1). Análisis FODA: Qué es y cómo usarlo. Asana. <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- ❖ de Castro, I. N. (2021, marzo 1). ¿Qué son y cómo elegir los canales de marketing? rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/canales-de-marketing/>
- ❖ Inboundcyle. (n.d.). Buyer persona: qué es, tipos y cómo definirlo + plantilla. Inboundcyle. <https://www.inboundcycle.com/buyer-persona>
- ❖ Pecanha, V. (2021, enero 10). ¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online? rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/marketingdigital/#:~:text=El%20Marketing%20Digital%2C%20tambi%C3%A9n%20conocido,desarrollar%20una%20identidad%20de%20marca>
- ❖ Sordo, A. I. (2021, mayo 11). Cómo hacer un análisis de tu competencia. hubspot. <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-analisis-competencia>
- ❖ Villalobos, C. (2020, septiembre 25). Quiénes somos: 10 descripciones inspiradoras de empresas. hubSpot. <https://blog.hubspot.es/website/descripcion-de-una-empresa-ejemplos>