

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



TÍTULO:

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA CREACIÓN DE LA MARCA
PERSONAL: “ER BOLAÑOS - REDACCIÓN ACADÉMICA”**

PRESENTADO POR:

CARLOS JAVIER MOLINA BOLAÑOS

CARNÉ:

(MB15027)

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

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN:

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN
SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, 12 DE SEPTIEMBRE DE 2022**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR:

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS

VICERECTOR ACADÉMICO:

PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

VICERECTOR ADMINISTRATIVO:

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA

SECRETARIO GENERAL:

INGENIERO FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

FISCAL GENERAL:

LICENCIADO RAFAEL HUMBERTO PEÑA LARÍN

DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS:

LICENCIADO LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO:

MAESTRO ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

VICEDECANA:

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

SECRETARIO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

JEFE DEL DEPARTAMENTO

MAESTRO CARLOS ERNESTO DERAS

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

ÍNDICE

RESUMEN.....	6
INTRODUCCIÓN.....	7
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA.....	8
INFORMACIÓN DE LA MARCA.....	9
OBJETIVOS DE LA MARCA	11
FODA	12
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	14
BUYERS PERSONA.....	19
CANALES DIGITALES.....	22
LÍNEAS DE CONTENIDO	24
KPI's A MEDIR.....	25
CALENDARIOS DE CONTENIDOS.....	27
REFERENCIAS	41

RESUMEN

El auge de las nuevas tecnologías en la vida cotidiana pospandemia, ha hecho necesaria la integración de ellas en otros ámbitos como el profesional. Es allí donde el Marketing Digital surge como una alternativa para el desarrollo profesional de diferentes disciplinas en redes sociales como Instagram, Tik Tok, Facebook, entre otras. A partir de técnicas que ofrece el Marketing Digital, se pueden crear marcas personales que ofrezcan contenido de valor que con el tiempo signifique una fuente de ingresos por medio de la contratación de servicios ofrecidos por la marca. La formulación de una marca implica un trabajo de investigación del rubro en el que se quiere emprender que va desde las necesidades que tiene un cliente ideal o buyer persona, hasta el trabajo que realiza la posible competencia en sus canales digitales. Los objetivos que una marca tiene, deben reflejarse en una estrategia de marketing digital que plantea cuáles son los pasos a seguir, los elementos de logística y medición de resultados tales como el calendario de contenidos que puede ser quincenal, mensual o trimestral, las líneas de contenido que agrupan las categorías que se desarrollarán en formatos de video, historias, layouts, entre otras y las KPI's (Key Performance Indicator) o indicadores clave de desempeño, con los cuales se constata el éxito de una estrategia.

PALABRAS CLAVE: Marketing Digital; Redes Sociales; Marca Personal; Estrategia de Marketing Digital; Canales digitales; KPI's; Calendario de Contenidos.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es el resultado del Curso de Especialización en Medios Digitales y Redes Sociales que el Departamento de Periodismo de la Universidad de El Salvador ha implementado de febrero a septiembre de 2022.

Su estructura está basada en los elementos necesarios para formular una estrategia de Marketing Digital y Redes Sociales que haga posible la creación y posicionamiento de la marca personal del autor de este trabajo.

Para ello, se han retomado los elementos teóricos aprendidos durante el curso, que van desde habilidades en redacción digital, herramientas de Diseño Gráfico, Branding, hasta elementos de Marketing Digital y gestión de redes sociales.

El trabajo presenta una descripción de la razón de ser de la marca y cuáles son sus objetivos, la planificación de contenido a publicarse durante 15 días junto a las piezas gráficas diseñadas.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

Soy Javier Bolaños, (en redes sociales Er Bolaños) y estudio el Curso de Especialización en Medios Digitales y Redes Sociales de la Universidad de El Salvador. Tengo 26 años y estoy dando mis primeros pasos como corrector de textos académicos (redacción académica).

He creado mi marca personal sobre redacción académica, porque estoy seguro de ayudar a otras personas a mejorar sus escritos. La mayoría de fanpages sobre gramática y ortografía, no relacionan su contenido con la redacción de textos académicos, algo que está muy presente en la vida estudiantil y que puedo desarrollar con mi marca.

Actualmente, desarrollo contenido en mi página de Facebook, pero pronto crearé mucho más en mi perfil de Instagram. Mi marca está en una etapa de formulación, por lo que mi interés es posicionarme como un conocedor del tema, antes de vender servicios.



Logo de marca

INFORMACIÓN DE LA MARCA

Er Bolaños, es el nombre de marca de Carlos Javier Molina Bolaños, un joven recién egresado de la Lic. en Periodismo de la Universidad de El Salvador. Labora como coordinador de comunicaciones de una universidad, pero le encantaría desarrollar su carrera como docente. Por esta razón, ha orientado su marca a la corrección de textos académicos de un público estudiantil y más adelante ONG's.

Con Er Bolaños, tendrás en tu mano contenido simplificado y muy fácil de entender, sobre temas relacionados con la redacción de textos. Su sentido humano hará que te sientas cómodo al consultar dudas sobre redacción.

Sin duda lo que me diferencia de otras marcas son los conocimientos en marketing de contenidos, ya que, por medio de ellos, puedo ser más efectivo a la hora de difundir contenido, eso al final hará que mis buyer persona obtengan lo que buscan con más facilidad.

Actualmente, me desarrollo como auxiliar de cátedra en la Facultad de Ciencias y Humanidades de la UES. Este pequeño acercamiento a la docencia, me capacita para darle un trato excelente a mis clientes.

A continuación, detallo algunos servicios que ofrece mi marca:

Asesorías estudiantiles: Este servicio es el que espero brindar con más frecuencia. Está orientado a estudiantes en curso y será desarrollado de forma virtual o presencial. Consiste en solventar dudas que tengan los estudiantes sobre el uso general del español y las principales estructuras de textos, tales como ensayos, análisis, reportes de trabajo, etc. Debido a que este servicio se orienta a estudiantes jóvenes, tendrá un costo accesible que no sobrepasará los \$5.00 por sesión.

Asesorías avanzadas: Orientado a estudiantes egresados con trabajo de grado o profesionales que redacten formatos académicos para diversos fines. Con el fin de promover un ambiente cercano y de confianza, las asesorías serán presenciales o virtuales cuando mi cliente no tenga disponibilidad de tiempo. Consiste en brindar orientación sobre textos de estructura avanzada, como tesis, o formatos como los planteados en el servicio anterior, pero que serán presentados en ambientes externos a la universidad.

Consultoría: Para aplicarlo a futuro, cuando logre posicionarme como un corrector de estilo de Organizaciones No Gubernamentales (ONG's). Consiste en la disponibilidad de servicios como:

- Corrección de Informes de ONG's
- Capacitación sobre redacción

Respecto a los precios, se hará un estudio que incluya el tipo de ONG, tiempo de trabajo que tendré que invertir, investigación, etc. Sin embargo, no podrá ser menor de \$150.00.

OBJETIVOS DE LA MARCA

Objetivo general 1:

Posicionar en Instagram y Facebook la marca Er Bolaños como un profesional de la redacción académica.

➤ Objetivo específico 1.1

Publicar en octubre de 2022, contenidos en IG y FB sobre el uso correcto del español y las principales reglas y errores en la redacción académica.

➤ Objetivo específico 1.2

Crecer a 250 seguidores en ambas páginas para finales de noviembre de 2022.

Objetivo general 2:

Generar vínculos con los seguidores de la marca para obtener ventas en el futuro.

➤ Objetivo específico 2.1

Publicar contenido que haga posible la interacción con los buyer persona de la marca.

➤ Objetivo específico 2.2

Lograr la contratación de al menos una asesoría estudiantil para finales de noviembre de 2022.

FODA

La aplicación de la matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) es muy importante en el proceso de creación de una marca personal, ya que por medio de ella se obtienen datos muy importantes para mejorar lo que se está haciendo bien dentro de la marca y para corregir lo que se está haciendo mal.

A continuación, presento los resultados del FODA realizado a mi marca personal, basado en mis habilidades, características personales y condición de vida.

FORTALEZAS

- Habilidad para investigar.
- Conocimientos de docencia.
- Dominio de redacción.
- Habilidades en redes sociales.

DEBILIDADES

- Nula experiencia para determinar el costo de mis servicios.
- Dificultad para comunicarme con los demás.

OPORTUNIDADES

- Acceso a cursos en diferentes plataformas de formación.
- Posibilidad de generar contactos por medio de mi auxiliaría de cátedra.

AMENAZAS

- Vivir lejos de la capital.
- Situación de crisis económica global.
- Poco desarrollo de mi rubro.

Análisis

El FODA de mi marca está medianamente equilibrado, ya que poseo muchos puntos a favor para desarrollar un buen trabajo; mi experiencia en la docencia, me ayudará a saber cómo comunicar los temas de interés, junto a mi facilidad de redacción e investigación.

Otro punto a favor es mi experiencia como editor de una fanpage durante dos años, donde he tenido un crecimiento bueno en ese tiempo. Todos los errores cometidos en esa fanpage, me permitirán ser más efectivo en las páginas de mi marca.

Los puntos negativos que poseo los puedo solucionar de diferentes maneras. Algo muy marcado en toda mi carrera ha sido la dificultad de comunicarme con los demás, pero es algo en lo que trabajo arduamente para ganar confianza en mí mismo.

Mi inexperiencia a la hora de fijar costos la puedo solucionar al acceder a cursos formativos en plataformas de internet como Coursera y Domestika.

Finalmente, el problema de la distancia que tengo respecto a la capital, lo puedo solucionar cambiando mi domicilio u ofreciendo mis servicios de forma virtual.

Los resultados de mi FODA indican que tengo el potencial para desarrollar una buena marca, sin embargo, debo trabajar mucho para superar cosas personales que pueden ser decisivas para tener éxito o no en mis objetivos de marca.

Me veo a futuro como un corrector de textos académicos que sobresale en este rubro y con la capacidad de ampliar mi idea de marca y tener un equipo que trabaje en muchos más servicios que los planteados en esta estrategia de marca.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En este apartado se identifican a mis potenciales competidores con el fin de conocer cuál es su trabajo, cómo lo hacen, sus fallas, etc. para idear contenido que pueda disputar la atención de nuestro público objetivo.

Las marcas son las siguientes, además se presenta un resumen de los canales digitales que utilizan.

COMPETENCIA	IG	FB	TIKTOK	WEB
TESISNET	SI	SI	SI	SI
UVR CORRECTORES	SI	SI	SI	SI
CORRIJOTUTEXTO	SI	NO	NO	SI
CORREGITUTESIS	SI	NO	NO	SI

1. Tesisnet Internacional

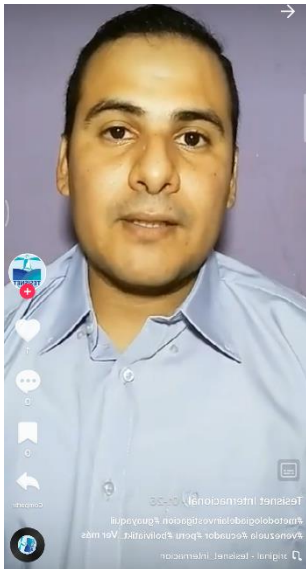
Es una empresa radicada en Quito, Ecuador que brinda servicios de asesoramiento y apoyo en la elaboración de tesis, proyectos, planes de negocio y desarrollo web.

Posee una gran cantidad de redes sociales; resalta en Facebook con 6,911 me gusta, sin embargo, no publica contenido de valor, ya que se limita a vender y a publicar memes.

En Instagram solo posee 27 seguidores y hace una combinación entre memes y venta en los post de foto y publica algunos videos informativos y publicitarios con baja resolución.

En ambas redes sociales no hay optimización SEO.

Tanto en Facebook como en Instagram, tiene una baja cantidad de reacciones.



En TikTok ofrecen contenido importante, pero no es atractivo y no tiene interacciones. Algo a resaltar es que hacen uso de un call to action y también hashtag que los podrían posicionar.

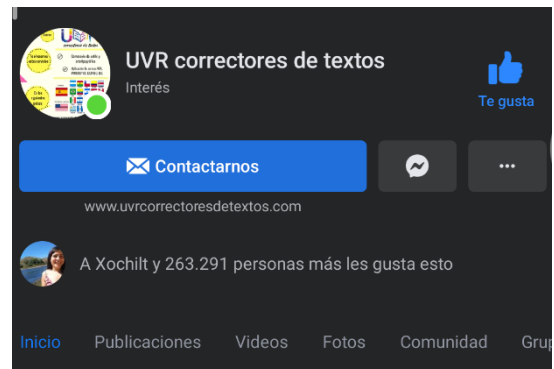
En YouTube hacen lives, pero tienen pocas vistas y pocas reacciones y solo 38 suscriptores.

Entre sus canales de información, sin duda el que más resalta es su sitio web, ya que posee una infinidad de contenido de valor en formato de blog, además posee un diseño sumamente atractivo. Su contenido de

valor ha sido elaborado por personas que se nota que conocen mucho sobre los temas que abordan y la interfaz del site es muy amigable.

2. UVR Correctores

Es una empresa global que ofrece corrección de estilo en ortografía, gramática, revisión de plagio, aplicación de normas APA, etc. En fb está muy posicionada con más de 250,000 me gusta y aunque basa su contenido en memes, posee buen alcance.



En Instagram se orienta a los reels, donde se observa que tienen miles de visualizaciones y reacciones. Algo a resaltar es la utilización de historias destacadas donde muestran un poco de lo que hacen, testimonios y resolución de dudas. Ofrecen buen contenido de valor y está optimizado en redacción SEO. Tiene 130,000 seguidores.

En TikTok también tienen un muy buen trabajo. La cuenta contabiliza 2.4 millones de me gusta y más de 184,000 seguidores. Ofrecen contenido de valor con miles de reproducciones, me gusta e interacciones en los comentarios. Hacen uso de listas de reproducción que facilita la organización de contenidos por temáticas.



Su site tiene un diseño muy bueno. Algo a resaltar es el apartado de testimonios que le dan una impresión de confianza a sus visitantes. Su interfaz es muy intuitiva y tiene todo lo necesario para hacer un contacto directo cuando se quieren solicitar sus servicios.

The screenshot shows the top navigation bar of the UVR website. The logo 'UMR' is on the left, followed by menu items: 'Inicio', 'Conócenos', 'Nuestros servicios', 'Testimonios de clientes satisfechos', 'Publicaciones', 'Blog', and 'Contáctanos'. Below the navigation bar, the main content area features a headline: 'Menos estrés por la tesis Más tiempo para dedicarlo a la investigación'. To the right of the headline are two buttons: 'Si es un libro click aquí' and 'Si es una tesis doctoral click aquí'. Below the headline, there is a paragraph: 'Preocupate por el contenido; nosotros nos encargamos del estilo. Corregimos en español e inglés.' and another paragraph: 'Te obsequiamos la corrección de 3 páginas de tu tesis completamente gratis. Envíalas al correo contacto@uvrcorrectoresdetextos.com'. On the right side, there is a white box containing text about a bibliography and a study on environmental awareness, with a hand holding a pen at the bottom right corner.

3. Corrijotutexto



Corrijotutexto es un perfil de Instagram que ofrece servicios de corrección de ortografía y gramática. Es una cuenta pequeña, ya que tiene 184 seguidores únicamente. Sus post se orientan solo a las ventas y no se observa una identidad de marca. Posee un blog, pero no ofrece contenido de valor.

4. Corregitutesis

Corregitutesis es el perfil de Instagram de una correctora de estilo argentina. Tiene más de 1,500 seguidores. Su contenido es de valor, pero no atractivo, ya que presenta textos demasiado largos, cuando podría desarrollar los temas en un video. Algo bueno son sus historias destacadas, ya que allí responde a preguntas frecuentes y también presenta sus trabajos anteriores, algo que también muestra en su catálogo electrónico.



Todas las marcas de la competencia son internacionales, por lo que tengo un potencial muy grande de desarrollar mi marca a nivel nacional. Respecto al contenido, es notable que el formato de video es más visto por el público y también genera más interacciones

BUYERS PERSONA



SOBRE MANUEL

- Vive con sus padres
- Tiene dos gatos
- Le ayuda a sus padres con el negocio familiar
- Es un chico un poco distraído

CARACTERÍSTICAS

- Es muy sociable.
- Suele ser muy sentimental, pero no lo demuestra.
- Cariñoso con sus mascotas.

OBJETIVOS Y RETOS

- Terminar su carrera universitaria.
- Comprender los temas que ve en clase.
- Encontrar un buen trabajo.

Manuel Moreno

Estudiante

18 años

San Salvador

MIEDOS

- Dejar materias en la universidad.
- Que alguien le haga daño a sus mascotas.
- Que sus padres enfermen.

HOBBIES

- Escuchar música de Bad Bunny.
- Mira series de anime.
- Le gusta salir a correr y jugar fútbol con sus amigos.

SINOPSIS

Manuel es un estudiante de nuevo ingreso de la Universidad de El Salvador. Lastimosamente, no logró un cupo para la carrera que buscaba y estudia Profesorado en Lenguaje y Literatura. Aunque le encantaría estudiar Ingeniería, Profesorado le parece una buena carrera y no descarta continuar con ella.

COMO AYUDARLE

- Creando contenido que combine sus gustos y su carrera.
- Simplificar temas con los que aprenda de forma divertida.



SOBRE ANA

- Vive en un hospedaje para estudiantes.
- Es la hermana menor de 4 hermanos.
- Aprende muy rápido.
- Tiene novio.

CARACTERÍSTICAS

- Es una mujer muy inteligente.
- Es muy seria con lo que hace.
- Le apasiona ayudar a otras personas.

OBJETIVOS Y RETOS

- Graduarse como radióloga.
- Obtener una calificación alta en su tesis.
- Aprender técnicas de redacción.

Ana Torres

Estudiante egresada

24 años

San Salvador

MIEDOS

- No ser asertiva a la hora de escribir su tesis.
- Tener una baja calificación de tesis.
- Que su noviazgo de 4 años finalice.

HOBBIES

- Leer novelas juveniles.
- Ver documentales en Netflix.
- Ir al cine los fines de semana con su novio.
- Le gusta visitar museos.

SINOPSIS

Ana es estudiante egresada de la Universidad Dr. Andrés Bello. Se encuentra desarrollando una tesis para optar a su título en Radiología e Imágenes. Es una de las mejores en su clase, pero al iniciar su trabajo de grado se dio cuenta de que le cuesta un poco redactar sus hallazgos.

COMO AYUDARLE

- Creando contenidos orientados a la redacción.
- Asesorándole en la redacción de su tesis,



SOBRE ERNESTO

- Está casado.
- Tiene dos hijos y un perro.
- Es excelente dirigiendo a su equipo de trabajo.
- Trabajador social.

CARACTERÍSTICAS

- Es una persona comprensiva.
- Un líder excelente.
- Le apasiona su carrera.
- Perseverante con sus objetivos.

OBJETIVOS Y RETOS

- Dirigir una ONG líder en la orientación de títulos de propiedad.
- Presentar informes de labores impecables.

Ernesto Molina

Director ONG

45 años

San Salvador

MIEDOS

- Que las personas con las que trabaja pierdan sus casas.
- Que sus hijos no sigan sus pasos.
- Perder financiamiento.

HOBBIES

- Correr por las mañanas.
- Ver películas de época.
- Escuchar música clásica.
- Visitar zoológicos con su familia.

SINOPSIS

Ernesto es el director ejecutivo de una ONG de ayuda a las personas que no tienen títulos de propiedad. Desde muy joven se apasionó por ayudar a los demás, lo que le llevó a estudiar Trabajo Social. Ernesto debe presentar informes de labores trimestrales, pero reflejar cifras no es lo que mejor puede hacer.

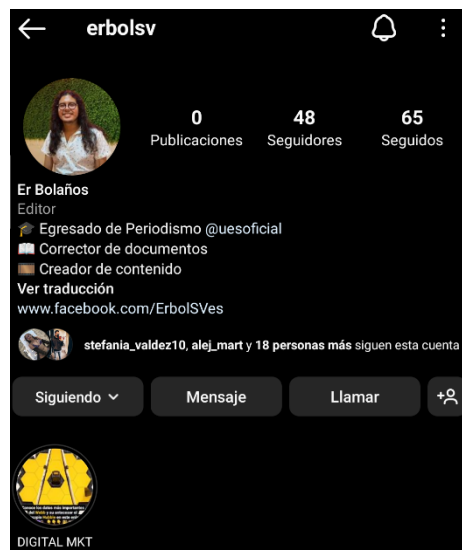
COMO AYUDARLE

- Asesorándole en la redacción de informes que reflejen su buen trabajo.
- Corrigiendo sus informes de labores.

CANALES DIGITALES

Instagram

Se ha elegido esta red social como canal principal de la marca porque en ella se encuentra la mayor parte de su público objetivo, que son estudiantes de entre 18 y 25 años de edad. Otro punto a favor es la gran cantidad de herramientas para crear contenido en la red social, así como su algoritmo que puede recomendar los reels de la marca para llegar a más público.



Facebook

Se ha tomado en cuenta FB para darle continuidad al contenido publicado hasta hoy. También porque es la red social para contenido masivo por excelencia con más de 2,900 millones de usuarios al rededor del mundo. Sin embargo, no se ha tomado como la red social principal porque esa masividad puede jugarle en contra al ser una marca nueva, debido a la gran cantidad de contenidos no relacionados con la marca con los que tendría que competir, por eso funcionará como un enlace a la página de IG y para mantener su presencia en FB.



Redes sociales excluidas

LinkedIn

Se excluyó LinkedIn porque es una red social poco conocida para un público menor de 25 años. Sin embargo, se tomará en cuenta más adelante cuando la marca ofrezca servicios de consultoría a ONGs.

Tik Tok

Al igual que IG, Tik Tok ofrece un gran potencial en herramientas de creación y su algoritmo, sin embargo, se excluyó debido a que no se pueden publicar post de imágenes y para la aplicación de esta estrategia, es una limitante. No se descarta su uso posterior.

LÍNEAS DE CONTENIDO

1. Contenido que resuelva problemas o dudas

Esta línea de contenido será útil para ayudar a resolver ciertas necesidades a los buyer, por ejemplo, facilitarles materiales que les pueden ser útiles. Surge como una oportunidad para generar vínculos con ellos.

2. Imágenes y piezas gráficas

Será aplicada apelando a lo visualmente atractivo, para llamar la atención del público objetivo. Significa un reto para la marca ya que se necesitará de mucha creatividad para lograr su objetivo.

3. Contenido sobre servicios

Orientada a promocionar los servicios que ofrece la marca, con el objetivo de despertar en el público la curiosidad por preguntar acerca de ellos y contratar servicios.

4. Video de contenido

Utilizada para abordar temáticas complejas por medio de videos atractivos y que expliquen los temas de forma sencilla.

KPI's A MEDIR

KPI's a medir

- Reacciones
- Visitas a la fanpage

Objetivo general

Posicionar en Instagram y Facebook la marca Er Bolaños como un profesional de la redacción académica.

Objetivo específico

Publicar en octubre de 2022, contenidos en IG y FB sobre el uso correcto del español y las principales reglas y errores en la redacción académica.

KPI's a medir

- Crecimiento de audiencia en RRSS
- Alcance
- Nuevos me gusta

Objetivo general

Posicionar en Instagram y Facebook la marca Er Bolaños como un profesional de la redacción académica.

Objetivo específico

Creer a 250 seguidores en ambas páginas para finales de noviembre de 2022.

KPI's a medir

- Comentarios
- Reacciones
- Clics
- Acciones desde la historia

Objetivo general

Generar vínculos con los seguidores de la marca para obtener ventas en el futuro.

Objetivo específico

Publicar contenido que haga posible la interacción con los buyer persona de la marca.

KPI's a medir

- Mensajes directos
- Respuestas en la historia


Objetivo general

Generar vínculos con los seguidores de la marca para obtener ventas en el futuro.



Objetivo específico



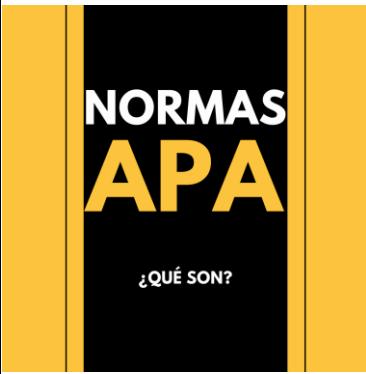
Lograr la contratación de al menos una asesoría estudiantil para finales de noviembre de 2022.

CALENDARIOS DE CONTENIDOS

CALENDARIO DE CONTENIDO DE IG DEL 03 AL 17 DE OCTUBRE DE 2022						
Fecha	Horario	Formato	Pilar de Contenido	Pieza gráfica	Copy	Descripción gráfica
3-Oct	8:15 AM	Consejos	MKT de contenido		<p>¿Quieres que tus trabajos académicos sean efectivos al abordar temas? ✓</p> <p>En este post te explico qué es el estilo en la redacción y algunas reglas que puedes seguir para mejorarlo. 📖📝👉</p> <p>#AprendamosJuntos #Redacción #Estudiantes #Universidad</p>	Layout
4-Oct	8:35 AM	Top	MKT de contenido		<p>4 errores que debes evitar ✗ en tu redacción para tener un excelente estilo académico.</p> <p>En ocasiones la forma en la que hablamos, interfiere a la hora de escribir. Estos son algunos errores que podrías estar cometiendo al escribir.</p> <p>👉</p> <p>Guarda este reel para más tarde</p> <p>👉 Sígueme para más contenido @erbolsv</p>	Reel

5-Oct	9:00 AM	Historia	Interacción			Trivia sobre el estilo en la redacción
6-Oct	8:15 AM	Consejos	MKT de contenidos		<p>El párrafo es una unidad importantísima en tus trabajos universitarios porque en él planteas lo que quieres transmitir de tu investigación.</p> <p>Aquí te muestro algunas cosas a tomar en cuenta en tus párrafos. 📌📖</p> <p>¿Sabías esto? Cuéntamelo en los comentarios 🗣️🗣️</p>	Layout
7-Oct	8:00 AM	Consejos	MKT de contenidos		<p>Estos tres consejos te ayudarán a redactar mejores oraciones en tus párrafos. 😊😊</p> <p>La oración es uno de los elementos más importantes de la escritura 📖, ya que es el inicio para construir textos amplios.</p> <p>Si te gusta esta información, no olvides darme FAV y seguirme para más contenido. 📌</p>	Layout


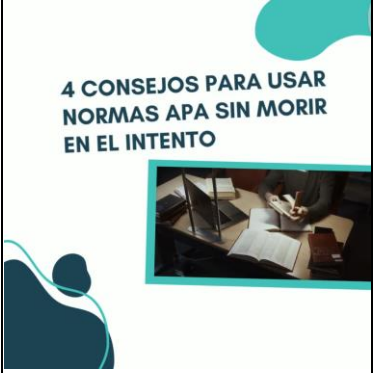
					#AprendamosJuntos #Redacción #Estudiantes #Universidad	
8-Oct	8:15 AM	Top	MKT de contenidos		3 correctores ortográficos que te harán la vida más fácil. 😊😊 Deja de utilizar los molestos correctores tradicionales 😞. Estas tres herramientas te ayudarán a corregir mucho más de lo que esperas. Guarda este reel y no olvides seguirme. ✓👉 #AprendamosJuntos #Redacción #Estudiantes #Universidad	Reel
9-Oct	2:00 PM	Historia	Interacción			Encuesta sobre qué corrector prefieren

<p>10-Oct</p>	<p>10:00 AM</p>	<p>Historia</p>	<p>Venta</p>			<p>Highlight promoviendo los servicios de la marca para agendar citas.</p>
<p>11-Oct</p>	<p>9:00 AM</p>	<p>Herramientas</p>	<p>MKT de contenidos</p>		<p>No puedes negar que a la hora de hacer tus tareas tienes la tentación de estar en Ig, ver tus series favoritas o jugar con tu gato. 😊😄</p> <p>Eso ya no te pasará con estas dos poderosas herramientas que te ayudarán a administrar tu tiempo. ⌚😊</p> <p>¿Las conocías?</p> <p>Comenta un corazón si te ha gustado.</p>	<p>Reel</p>
<p>12-Oct</p>	<p>08:15 AM</p>	<p>Informativo</p>	<p>MKT de contenido</p>		<p>¿Sabes qué son las normas APA? ❑ ?</p> <p>Aquí te cuento un poco sobre eso y la importancia que tiene en la redacción de documentos académicos.</p> <p>No olvides reaccionar ❤️❑ a este post.</p> <p>#AprendamosJuntos #Redacción #Estudiantes #Universidad</p>	<p>Layout</p>

13-Oct	10:00 AM	Top	MKT de contenido		<p>Con estos 4 generadores APA terminarás tu trabajo en la mitad del tiempo. 😊😊</p> <p>Ya no hagas tus referencias a mano, mejor hazlo con estas poderosas herramientas que te harán la vida más fácil. ✓</p> <p>#AprendamosJuntos #Redacción #Estudiantes #Universidad</p>	Reel
14-Oct	4:00 PM	Historia	Interacción			Trivia sobre editor de texto de preferencia
15-Oct	08:15 AM	Informativo	MKT de contenido		<p>Porque, porqué, por que, por qué; sin duda son palabras que en más de una ocasión te han dado dolores de cabeza ☹☹ por no saber cuál es la correcta.</p> <p>Aquí te cuento sus diferencias y en qué casos debes ocuparlas. 😊😊</p> <p>Si te ha gustado este post, guárdalo ✓ y sígueme para más.</p> <p>#AprendamosJuntos #Redacción #Estudiantes #Universidad</p>	Layout

16-Oct	10:00 AM	Historia	Ventas			Highlight difundiendo los paquetes de servicios que los buyer pueden contratar.
17-Oct	8:00 AM	Top	MKT de contenidos		<p>Estos libros 📖 te ayudarán a mejorar en tu redacción y a evitar errores gramaticales y de ortografía. ✖</p> <p>Guarda ✔ este reel para más tarde.</p>	Reel

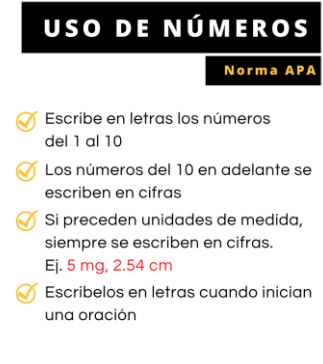

CALENDARIO DE CONTENIDO DE FB DEL 03 AL 17 DE OCTUBRE DE 2022

Fecha	Horario	Formato	Pilar de Contenido	Pieza gráfica	Copy	Descripción gráfica
3-Oct	10:00 AM	Consejos	MKT de contenido		<p>Estos son algunos errores ✘ cotidianos que debes evitar al redactar. 📌</p> <p>Si te ha gustado este post, sígueme para más 🖱</p>	Layout
4-Oct	10:15 AM	Top	MKT de contenido		<p>Quítate el miedo a las normas APA con estos 4 consejos que te harán la vida más fácil. 😊😊😊</p>	Video de FB

CALENDARIO DE CONTENIDO DE FB DEL 03 AL 17 DE OCTUBRE DE 2022

Fecha	Horario	Formato	Pilar de Contenido	Pieza gráfica	Copy	Descripción gráfica
5-Oct	10:00 AM	Consejos	MKT de contenidos		<p>El uso de cursivas no es habitual en la redacción de documentos académicos, sin embargo, te presento los casos donde debes usarlas ✓✓</p> <p>¿Conocías estos datos?</p> <p>Sígueme para más 😊</p>	Layout
6-Oct	1:00 PM	Historia	Interacción			Trivia sobre el uso de cursivas. Se agregará el enlace del post anterior, para lograr más alcance.

CALENDARIO DE CONTENIDO DE FB DEL 03 AL 17 DE OCTUBRE DE 2022

Fecha	Horario	Formato	Pilar de Contenido	Pieza gráfica	Copy	Descripción gráfica
7-Oct	9:00 AM	Lista	MKT de contenidos	 <p>USO DE NÚMEROS Norma APA</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Escribe en letras los números del 1 al 10 ✓ Los números del 10 en adelante se escriben en cifras ✓ Si preceden unidades de medida, siempre se escriben en cifras. Ej. 5 mg, 2.54 cm ✓ Escribelos en letras cuando inician una oración 	<p>Estas son 4 reglas sobre el uso de números en documentos académicos.</p> <p>Conoce cómo las normas APA regulan su uso 🖱️🖱️</p>	Layout
8-Oct	9:30 AM	Informativo	MKT de contenidos	 <p>NOMBRES DE PAÍSES</p> <p>Los nombres de países y de ciudades se escriben en español, cuando cuentan con una traducción conocida.</p> <p>Por ejemplo se debe escribir:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nueva York, no "New York" • Londres, no "London" • Pekín, no "Beijing" <p>Tal como decimos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hungría, no "Magyarország" • Egipto, no "Egyipt" • Nueva Zelanda, no "New Zealand" 	<p>¿Nueva York o New York? ☐☐</p> <p>En este post conocerás la respuesta. 📖</p> <p>Reacciona a esta publicación para que #AprendamosJuntos el uso de nombres de países 🌐☐ en documentos académicos.</p>	Layout



CALENDARIO DE CONTENIDO DE FB DEL 03 AL 17 DE OCTUBRE DE 2022

Fecha	Horario	Formato	Pilar de Contenido	Pieza gráfica	Copy	Descripción gráfica
9-Oct	9:00 AM	Informativo	Interacción		<p>Las comillas son indispensables en el uso de citas textuales.</p> <p>Pero también tienen otros usos que debes conocer.</p> <p>Comparte este video con tus amigos.</p> 	Video de FB
10-Oct	11:30 AM	Historia	Interacción			Cuestionario sobre el uso de números.



CALENDARIO DE CONTENIDO DE FB DEL 03 AL 17 DE OCTUBRE DE 2022

Fecha	Horario	Formato	Pilar de Contenido	Pieza gráfica	Copy	Descripción gráfica
11-Oct	12:00 MM	Ventas	MKT de contenidos		<p>Deja de preocuparte por la buena ortografía y gramática de tus trabajos, escíbeme y con gusto te ayudaré 😊</p> <p>Manda un DM para agendar tu cita 🖱️</p>	Layout
12-Oct	09:15 AM	Lista	MKT de contenido		<p>Tu trabajo será más completo y ordenado con estos datos sobre la redacción de títulos 🤖🤖🤖</p> <p>Conócelos ☐☐</p>	Layout


CALENDARIO DE CONTENIDO DE FB DEL 03 AL 17 DE OCTUBRE DE 2022

Fecha	Horario	Formato	Pilar de Contenido	Pieza gráfica	Copy	Descripción gráfica
13-Oct	11:00 AM	Consejos	MKT de contenido		<p>¿Sabías que algunos trabajos académicos no llevan portada? ☐☐</p> <p>En este video te cuento qué son los trabajos cortos y algunos datos que debes seguir al redactarlos</p> <p>👁️👁️</p> <p>Comenta un 🍷 si te ha gustado este video.</p>	Video de FB
14-Oct	2:00 PM	Historia	Interacción			Trivia y sorteo sobre la redacción de trabajos cortos

CALENDARIO DE CONTENIDO DE FB DEL 03 AL 17 DE OCTUBRE DE 2022

Fecha	Horario	Formato	Pilar de Contenido	Pieza gráfica	Copy	Descripción gráfica
15-Oct	09:15 AM	Top	MKT de contenido		<p>Estos tres datos te ayudarán a escribir <input type="checkbox"/> introducciones impecables en tus trabajos de la U. 📖📖</p> <p>Comparte este video con tus amigos. ✓</p>	Video de FB
16-Oct	8:00 AM	Lista	MKT de contenido		<p>El abstract o resumen es una parte importante en ciertos documentos académicos.</p> <p>Conoce de qué se trata y algunos tips para estructurarlo.</p> <p>Comenta una 📖 si este post te servirá para más tarde.</p>	Layout

CALENDARIO DE CONTENIDO DE FB DEL 03 AL 17 DE OCTUBRE DE 2022

Fecha	Horario	Formato	Pilar de Contenido	Pieza gráfica	Copy	Descripción gráfica
17-Oct	8:15 AM	Informativo	MKT de contenidos		<p>La conclusión de un trabajo es muy importante porque retoma gran cantidad de todo tu trabajo.</p> <p>En este post conocerás algunas de sus funciones y características principales.</p> <p>No olvides seguirme. ✓❤</p>	Layout

REFERENCIAS

THAI J. (2022) *Cómo crear una estrategia de marketing digital en 12 días*. Obtenido de

<https://asana.com/es/resources/digital-marketing-strategy>

PÉREZ M. (2019) *Qué es un plan de Marketing Digital y cómo se hace*. Obtenido de

<https://www.iebschool.com/blog/plan-de-marketing-digital/>

MACHUCA F. (2021) *Afina tu calendario de contenido para redes sociales y hazlo memorable*.

Obtenido de <https://www.crehana.com/blog/transformacion-digital/calendario-de-contenidos-redes-sociales/>

BASTIDA S. (2020) *7 tips para crear tus líneas de contenido en redes sociales*. Obtenido de

<https://www.zarzuela.com.mx/lineas-de-contenido-para-redes-sociales/>

PEÇANHA V. (2020) *Buyer Personas: entiende qué son y aprende a crearlas*. Obtenido de

<https://rockcontent.com/es/blog/buyer-personas/>