

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



**TÍTULO:
ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA CREACIÓN DE
LA MARCA PERSONAL: “BRYAN DOÑO – PERIODISTA
DEPORTIVO”**

PRESENTADO POR:

MARVIN BRYAN DOÑO LARA

CARNÉ

(DL17004)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS
DIGITALES Y REDES SOCIALES PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PERIODISMO.**

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIAZACIÓN
LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ**

**COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADO:
MAESTRO. YUPULTSINCA ROSALES CASTRO**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA,
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA,
ABRIL 2023**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

MAESTRO. ROGER ARMANDO ARIAS

VICERRECTOR ACADÉMICO

DOCTOR. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

INGENIERO. JUAN ROSA QUINTANILLA

SECRETARIO GENERAL

LICENCIADO. YUPILSTINCA ROSALES CASTRO

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. JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

JEFE DE 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

Agradecimientos

Primero agradecer a Dios por dejarme terminar la carrera que siempre deseé, fue un proceso de alrededor de seis años, donde hubo retos, pruebas y reveses importantes, sin embargo, jamás me desamparó y siempre vi su mano apoyándome en todos los instantes.

Segundo, mi familia, Oswaldo Doño y Norma Lara, mis padres, quiénes como diríamos en el argot futbolero, “Se bancaron” económicamente los estudios universitarios, estuvieron pendientes de cuestiones logísticas que me han llevado a ser Periodista, a saber: mi mamá siempre me espero con comida caliente, mi papá cada vez que podía pasaba por mí a la UES, si yo necesitaba algo, con mucho esfuerzo, lo comprábamos, los recuerdo endeudarse para adquirir mi primera cámara fotográfica, la cual me sigue hasta hoy día. Quizás si escribo cada cosa que pasó durante estos años, este apartado jamás terminará, pero por eso quiero englobar todo con un “LOS AMO”.

Tercero, mis amigos, tanto los de universidad como los de la Iglesia, ambos grupos fueron determinantes en este logro, con los primeros fueron mis compañeros de batalla en ese lugar al que llamamos UES, puedo recordar a Kevin Moran, con quién compartí grupos en los primeros tres años de la carrera, también Alexa Mata, con ella los últimos pasos, incluyendo este curso de especialización, en el cual sufrimos lo indecible para aprobarlo, Con el segundo grupo, ellos estuvieron ahí dándome motivación y ánimos, cuando no los tenía.

Cuarto, al Lic. Salvador Edgar Rivas, asesor de mi servicio social y mi catedrático en las asignaturas de Periodismo Deportivo, Políticas Informativas y Culturales en El Salvador y Lectura y Redacción Española, aprendí mucho de él y le tengo aprecio.

Quinto y último, al Lic. Carlos Vides, mi jefe actual en El Salvador Fan Club, quien yo estando en 4to año de la carrera me dio la oportunidad de entrar a los medios de comunicación, a pesar que yo era un total desconocido, sin contactos, de una colonia en Apopa y sin ninguna experiencia previa, más que la que recibí en los talleres de radio y televisión de la Universidad de El Salvador.

Cierro este apartado con la frase: “He acabado la carrera”.

Índice

RESUMEN	6
INTRODUCCIÓN	7
<i>Situación actual la marca Bryan Doño - Periodista Deportivo.</i>	8
<i>Historia de la marca</i>	10
<i>Análisis FODA</i>	11
<i>Análisis de la competencia</i>	14
<i>Buyer Persona</i>	17
<i>Objetivos</i>	20
Canales Digitales	21
Público Obejtivo	22
Líneas de contenido	23
KPI's y Objetivos	24
Calendario de publicación	26
Bibliografía	27

RESUMEN

Este reporte persigue el ideal de establecer los pasos para crear una marca personal, la cual ocupe el Marketing y las Redes Sociales como herramientas para el Periodismo Deportivo en El Salvador, debido a que esta rama del quehacer periodístico debe y necesita reestructurarse a manera que llegue a las nuevas generaciones, con nuevos formatos que se sean frescos, dinámicos, innovadores y recíprocos ante la audiencia. Con un estilo que ayude a los medios tradicionales a conectar con las nuevas generaciones, como un precedente de como una marca personal puede colaborar con las vistas y reproducciones. Se busca generar una mecánica de trabajo y calendarización que clasifique los contenidos y sus horarios, con el objetivo que la información siempre llegue a la audiencia de manera rápida y eficaz, como el mundo del deporte lo demanda. El objetivo principal es crear una comunidad de seguidores del fútbol internacional en el país, sacando rédito de la alta demanda. Asimismo, la base es el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC), aprovechando al máximo las ventajas de las redes sociales, explotando cada herramienta disponible en el mundo digital.

Palabras Clave: Marketing, Redes Sociales, Periodismo Deportivo, Marca Personal, Innovación, Bryan Doño – Periodista Deportivo.

INTRODUCCIÓN

El Marketing Digital, también conocido como Mercadotecnia Digital es el conjunto de actividades que una empresa o persona ejecuta en línea con el objetivo de atraer nuevos clientes, crear relaciones, y desarrollar una identidad de marca. Dentro de sus estrategias están el SEO (Solis, 2016), Inbound Marketing (Halligan, 2009) y el Marketing de Contenidos (Kotler, 1999)

Asimismo, las redes sociales son una excelente herramienta en el Marketing ya que ayuda a potenciar la imagen de cualquier marca y su alcance, llegando fácilmente a un público ideal.

Además, la implementación de una estrategia de Marketing Digital en redes sociales puede ayudar a una marca, empresa, o emprendimiento a expandirse, conocer sus consumidores, recuperar mercado, analizar problemas o carencias, y ofrecer un servicio o producto diferenciado de calidad para atraer nuevos clientes o alcanzar los potenciales clientes o espectadores. (Javier Gosende Grela, 2011)

El resultado final de este trabajo es la propuesta de un calendario de contenido para las redes sociales de la marca personal, en el cual muestra la planificación y organización de los diferentes contenidos que se pueden realizar en los medios sociales.

Situación actual la marca Bryan Doño - Periodista Deportivo.

Es un medio de comunicación en YouTube sobre fútbol internacional. Este es un espacio para analizar, informar y debatir sobre las 5 grandes ligas europeas, Champions League, Europa League y Conmebol Libertadores, todo desde la mirada del periodista, Bryan Doño.

Al ser un medio nuevo, se establecerá una descripción, una foto de perfil, una portada y un video de presentación.

Identificación de la marca: Foto de perfil y foto de portada.



Bryan Doño - Periodista deportivo es un medio de comunicación nuevo, se inicia con ningún suscriptor, por ello se utilizarán las redes personales de su director como un empuje inicial al proyecto.

Además, el equipo tecnológico es poco, ya que solo se cuenta con una cámara, un micrófono, un trípode y Laptop HP.

Razón de ser de Bryan Doño – Periodista Deportivo.

Este nace a partir de la necesidad de crear un canal de YouTube salvadoreño, en el cual se habla de fútbol internacional, ya que la mayoría de canales de YouTube Fútbol en el país son dedicados a la liga local y Selecciones nacionales.

Historia de la marca

Bryan Doño - Periodista Deportivo nace el 25 de agosto de 2022, como un canal de YouTube dedicado al fútbol internacional en El Salvador.

El inicio del canal fue planeado desde hace dos semanas atrás, en las cuales se desarrollaron cuatro Línea de contenido, videos de resumen, videos de análisis, directos y shorts.

Servicios de la marca.

Sección	Tipo	Precio anuncio	Duración del anuncio
Premier League stand	Resumen y Análisis	15\$	30 seg
Ventana a Liga Española	Resumen y Análisis	10\$	30 seg
Desde la tribuna	Directos en YouTube sobre fútbol internacional	25\$	30 seg
Rápidas europeas	Shorts de YouTube con curiosidades futboleras	8.00\$	5 seg

Análisis FODA

Fortalezas

- Conocimiento del fútbol internacional
- Buena edición de video y audio.
- Secciones atractivas por liga internacional
- Disponibilidad de herramientas de YouTube Studio.

Oportunidades

- No hay canales de YouTube para fútbol internacional en El Salvador
- Los canales existentes tocan temas de fútbol nacional.
- Un video piloto puede generar los primeros suscriptores.
- Posible conexión con otros canales más grandes

Debilidades

- Es un canal que inicia desde cero.
- Sólo hay una persona en el staff del canal.
- El equipo para grabar es poco.
- Poca disponibilidad de tiempo.

Amenazas

- Un público muy diferente.
- El internet que utiliza el canal es de baja calidad.
- La región donde está el canal monetiza en menor cantidad.
- Puede que el contenido no sea específico.

Conclusiones FODA

Dentro del balance general, resulta una gran oportunidad de mercado crear un canal de YouTube sobre fútbol internacional en El Salvador, inicialmente, la producción de contenidos será limitada, pero a medida el canal crezca, así lo harán las publicaciones.

Por ende, aún no se puede generar ingresos por monetización, así que la forma de obtenerlos serán los paquetes publicitarios establecidos para cada sección y video en el canal.

Análisis de la competencia

Palabra de Gol:

Link: <https://www.youtube.com/c/PalabradeGol/featured>

Elementos	Cantidad	Descripción
Suscriptores	542,000 subs	Es un canal colombiano de fútbol, el cual tiene alcance sudamericano
Vistas	135,647,630	Nació el 22 de Septiembre de 2016, por lo tanto ya tienen una experiencia previa de 6 años en YouTube fútbol.
Tipos de publicaciones	-	Videos análisis, resúmenes, curiosidades, directos.

KC Deportes

<https://www.youtube.com/c/KCDeportes>

Elementos	Cantidad	Descripción del canal
Suscriptores	422,000 subs	Bienvenido a KC Deportes: Diversión, análisis, tops, información, noticias, opiniones, mercado de fichajes, dinámicas en torno al mundo del balón. Todo en un sólo canal.

		Pero KC Deportes es más que un canal...es una comunidad, conformada por todos nosotros, los Leales Youtuberos. Una familia. Desde chico tengo el objetivo de compartir mi pasión por las cosas que más amo, con la única intención de inspirar a las personas, entretener y si puedo ser parte de la vida de los demás, desde un punto de vista positivo, para mí será misión cumplida. No olvides comer frutas y verduras.
Vistas	95,288,386 vistas	Nació el 03 de octubre de 2012, inicialmente como un canal de videojuegos, luego fue evolucionando en un canal futbolero.
Tipos de publicaciones	-	Videos análisis, resúmenes, curiosidades, directos, gaming, predicciones.

La Media Inglesa

<https://www.youtube.com/c/Lamediainglesa>

Elementos	Cantidad	Descripción del canal
Suscriptores	344,000	Fundado en 2011, La Media Inglesa es un medio de comunicación en español dedicado exclusivamente al fútbol inglés.

Vistas	139,907,840	El canal de YouTube de La Media Inglesa empieza a funcionar en 2018, como intento de revitalizar las otras áreas del proyecto.
Tipos de publicaciones	-	Videos análisis, resúmenes, curiosidades, directos, videos exclusivos para miembros.

Juego Balón

<https://www.youtube.com/c/juegobalon>

Elementos	Cantidad	Descripción del canal
Suscriptores	126,000	Haciendo reír, desde tiempos inmemorables. Fútbol y ya.
Vistas	25,067,495	Juego Balón es el proyecto de Humberto Cerdo, el cual combina fútbol y humor, el canal @Juego Balón ve la luz en 2014, en Guadalajara, México.
Tipos de publicaciones	-	Curiosidades, Directos, Stand up futbolero y Sketch/Parodias

Buyer Persona

Buyer persona 1



Gabriel Vasquez
Músico profesional

Gabriel es un músico profesional, dentro de sus instrumentos preferidos están: el piano, la batería y la guitarra, es amante del fútbol. Tiene 20 años y vive en Apopa, su mayor temor es dañar un piano.

-  Tiene 20 años, le gusta el fútbol, aficionado al AC Milán y al Barcelona.
-  Pianista certificado
-  Vive en Apopa con sus padres y sus dos hermanas.
-  Su gusto por el fútbol viene casi de la mano de su gusto musical.
-  Su salario mensual es de: \$300
-  Su reto es encontrar un canal de YouTube sobre fútbol internacional, nuevo, con un estilo único.

Buyer Persona 2



Rodrigo Umaña
Arquitecto

Rodrigo es un arquitecto de 30 años de edad, es aficionado al Liverpool, su mayor temor es no ser alguien relevante en la sociedad salvadoreña.

Tiene 30 años, ama al Liverpool con locura y en los medios deportivos nacionales, ninguno cubre a su equipo favorito.

Arquitecto en jefe de Salazar Romero.

Vive en Santa Ana, junto a su esposa, Elena, con quien lleva dos años de matrimonio.

Quiere estar a tanto de los partidos de su Liverpool FC cuando él está en su trabajo.

Su salario mensual es de \$15,000.

Su necesidad primordial es encontrar una página que actualice resultados deportivos.



Gabriela Santos

Maestra de Inglés

Gabriela es una maestra de inglés de 26 años de edad, es aficionada al Manchester United, le gusta el café, por su trabajo tiene mucha conexión con la cultura británica, su mayor temor es fracasar en la vida.

-  Tiene 26 años, le gusta todo lo británico, ama al Manchester United y sueña con viajar a Old Trafford.
-  Maestra en la Escuela Británica.
-  Vive en Santa Tecla, Soltera.
-  Quiere un espacio donde pueda discutir e informarse sobre su Manchester United.
-  Su salario mensual es de: \$1.000
-  Su necesidad primordial es encontrar una comunidad futbolera, con la que pueda compartir su pasión.

Objetivos

Objetivos Generales:

- 1) Aumentar a 600 suscriptores en el canal de YouTube: Bryan Doño - Periodista Deportivo durante seis meses.
- 2) 2) Llegar a 1000 vistas por video en el canal de YouTube: Bryan Doño - Periodista Deportivo, en un periodo de seis meses.

Objetivos Específicos

- 1.1. Realizar directos post jornada de fútbol europeo, todos los lunes, de 7:00 pm a 8:00 pm
- 1.2. Hacer menciones especiales a cada nuevo suscriptor durante los directos.
- 2.1. Sortear una camiseta de fútbol entre todos los suscriptores del canal, por cada 10 videos con 1000 vistas.
- 2.2. Realizar Shorts con fragmentos de videos publicados en el canal.

Canales Digitales

La red social a utilizar para Bryan Doño - Periodista Deportivo será YouTube, ya que la comunidad futbolera se suele concentrar en dicho universo, por lo que resulta más factible comenzar por ahí.

Público Objetivo

Jóvenes entre los 20 y 35 años, interesados en el fútbol europeo, quienes vivan en El Salvador.

Líneas de contenido

Informativo	Marketing de contenido	Publicidad	Comunidad
Videoanálisis	Videos utilizando productos de los anunciantes.	Anuncios de tiendas deportivas	Pestaña de comunidad para memes del canal
Videos con la 7 noticias del finde semana	Shorts recomendado tiendas deportivas	Productos originales del canal	Saludos para cumpleaños
Directos de YouTube	Storytelling sobre fútbol	Publicidad del canal en canales similares.	Zooms con los suscriptores más antiguos del canal
shorts con curiosidades	Shorts con extractos de narraciones	Colaboraciones con otros canales de fútbol	Videos Q/A en el canal.
Encuestas.	Video reacción sobre fútbol europeo.	Membresías del canal	Sorteos

KPI's y Objetivos

Objetivos generales y específicos:

General

1. Aumentar a 600 suscriptores en el canal de YouTube:

Bryan Doño - Periodista Deportivo durante seis meses.

Específico

1.1. Realizar directos post jornada de fútbol europeo, todos los lunes, de 7:00 pm a 8:00 pm.

1.2. Hacer menciones especiales a cada nuevo suscriptor durante los directos.

KPI's por objetivo:

A. Número de personas en Chat durante los directos.

B. Número de nuevos suscriptores durante los videos.

C. Picos visualización del directo.

General

2. Llegar a 1000 vistas por video en el canal de YouTube: Bryan Doño - Periodista Deportivo, en un periodo de seis meses.

Específico

2.1. Sortear una camiseta de fútbol entre todos los suscriptores del canal, por cada 10 videos con 1000 vistas.

2.2. Realizar Shorts con fragmentos de videos publicados en el canal.

KPI's por objetivo:

A. Cantidad de vistas en los videos del canal y en los Shorts

B. Número de Likes y Comentarios por cada video o Short del canal

C. Número de compartidos por cada video o Short en el canal.

Calendario de publicación

Link:

https://drive.google.com/drive/folders/1IOb4sj0JEdCcJNUuQCrBd_uP6xkallDQ?usp=sharing

Bibliografía

Alonso, R. C. (2007). *Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Madrid: Ideas Propias .

Halligan, B. (2009). *Inbound Marketing: Get Found Using Google, Social Media, and Blogs (New Rules Social Media Series)*. John Wiley & Sons Ltd.

Javier Gosende Grela, F. M. (2011). *Marketing con Redes Sociales*. Anaya Multimedia.

Kotler, P. (1999). *El marketing según Kotler: cómo crear, ganar y dominar los mercados*. New York: Paidós.

Solis, A. (2016). *SEO. Las claves esenciales*. Anaya Multimedia.