

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



TÍTULO:

***ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA MARCA PERSONAL:
“ELIETH ARIAS”***

PRESENTADO POR:

CARNET

KAREN ELIETH RAMÍREZ ARIAS

(RA18022)

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

DOCENTE DEL CURSO

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN
MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA,
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA,
FEBRERO, 2024**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA
RECTOR

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFAN MATA
VICERRECTORA ACADÉMICA

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

LICENCIADO PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA
SECRETARIO GENERAL

LICENCIADO CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA
FISCAL GENERAL

LICENCIADA ANA RUTH AVELAR
DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

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

MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA
DECANO

MAESTRA MARIA CRUZ JURADO
VICEDECANA

MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA
SECRETARIA

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

LICENCIADO EDIS EDGARDO MONGE
JEFE INTERINO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ
DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han contribuido de alguna manera al desarrollo y culminación de este trabajo y carrera universitaria. En primer lugar, agradezco a Dios por permitirme llegar hasta acá y cumplir una meta más. La primera de muchas.

También quiero agradecer a mi mamá por ser mi leal compañera, mi inspiración y motivación, por nunca rendirse y siempre dar lo mejor de sí misma, te amo.

A mi familia por su amor incondicional, su apoyo constante y por ser mi fuente de inspiración y seguridad, por siempre motivarme a seguir adelante pese a las adversidades y obstáculos que uno se puede encontrar a lo largo de la vida. El contar con ustedes es un regalo, y ha sido clave para la culminación de mi primera licenciatura.

Quiero dedicar este logro a mis abuelos, José Antonio Arias y José Ofilio Cuchillas, quiénes, a pesar de su partida, siempre me incentivaron por dar lo mejor de mí, y por brindar ilusión a este momento, los amo mucho. Gracias.

Agradezco profundamente a mis asesores y profesores por su orientación experta, su paciencia y su dedicación inquebrantable a lo largo de este proceso.

A mis amigos, amigas, compañeras y compañeros, les agradezco por su ánimo, su comprensión y su presencia durante los momentos desafiantes, por ser un refugio en los momentos difíciles, ser un banco de información durante la confusión y por siempre ser un lugar de paz y seguridad.

Por último, pero no menos importante, agradezco a todas las personas que participaron en este proceso educativo, así como a aquellas cuyos trabajos y consejos han sido una fuente de inspiración. Este logro no hubiera sido posible sin la contribución invaluable de cada uno de ustedes. Muchas gracias por su apoyo y su confianza en mí.

ÍNDICE

RESUMEN	7
INTRODUCCIÓN	8
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA	9
OBJETIVOS DE LA MARCA	12
OBJETIVO GENERAL 1:.....	12
OBJETIVO GENERAL 2:.....	12
FODA	13
ANÁLISIS GENERAL FODA.....	14
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	15
RESUMEN DE ANÁLISIS	19
BUYER PERSONA	20
CANALES DIGITALES.....	24
Red Social Principal: Instagram	24
Red Secundaria: LinkedIn	25
LÍNEAS DE CONTENIDO	26
KPI'S A MEDIR	27
CALENDARIO DE CONTENIDO.....	28
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	33
ANEXOS	34

RESUMEN

A continuación, se presenta el desarrollo de la estrategia digital de la marca personal "Elieth Arias" desde la perspectiva del Marketing Digital para redes sociales. Esta estrategia tiene como objetivo facilitar el posicionamiento y crecimiento de la marca en las plataformas de Instagram y LinkedIn. En este trabajo, se aborda la estrategia tanto desde una perspectiva teórica, donde se analizan los procesos que respaldan la elección de utilizar estas redes y plataformas digitales, como desde una perspectiva práctica. Se destacan las distintas pautas, ventajas y mecanismos que contribuyen al crecimiento de las marcas personales en el entorno digital. Además, la estrategia se complementa con una programación detallada y organizada de publicaciones informativas e interactivas, diseñadas para fortalecer el posicionamiento digital de la marca.

Palabras clave: Lectura, Marca Personal, Instagram, LinkedIn, KPI, Redes Sociales, Marketing Digital.

INTRODUCCIÓN

Las plataformas de redes sociales surgieron en torno a la década de los 90, con ejemplos iniciales notables como "AOL Instant Messenger", que dejó una marca significativa en la vida de adolescentes y jóvenes de esa época. Más tarde, en los años 2000, "Windows Live Messenger" se sumó a esta tendencia, siendo recordada especialmente por la generación millennial.

En la actualidad, las redes sociales han evolucionado considerablemente, trascendiendo su función original como simples medios de comunicación. Ahora tienen un impacto significativo no solo en las relaciones personales y sociales, sino también en el ámbito empresarial y político.

Estas plataformas se han convertido en herramientas indispensables en nuestra vida diaria, utilizadas tanto para interactuar con otros como para crear contenido personal y profesional. Son especialmente valiosas para emprendedores y empresas que buscan promocionarse y aumentar su visibilidad sin la necesidad de grandes inversiones financieras.

Por tanto, en un mundo cada vez más digitalizado y competitivo, el adquirir conocimiento se vuelve el verdadero motor del éxito profesional. En este contexto, la marca personal "Elieth Arias", se presenta como una alternativa de información, brindando consejos a individuos y profesionales sobre el descubrimiento de innumerables beneficios que la lectura aporta a las distintas áreas y etapas del mundo laboral.

El objetivo de la marca es presentar una estrategia integral que busca difundir el mensaje clave de cómo una sólida práctica de la lectura y la elaboración de un plan de lectura que se adapte a sus horarios y necesidades puede transformar no solo carreras, sino también beneficiar la salud mental, el rendimiento físico y la vida en general de los usuarios.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

¿Cómo nace la marca?

La marca personal “Elieth Arias”, nace como una idea de compartir con la comunidad de Instagram recopiló información sobre las lecturas que iba realizando, con el fin de incentivar a las personas a leer sobre ese libro o simplemente conocer un poco más sobre su trama.

La idea surge de vivencias propias, cuando me encontraba en una librería y había un libro que me llamaba la atención, acudía a redes sociales para conocer más sobre este y así decidir si comprarlo o no.

No obstante, al entrar a la vida laboral, el poder organizar el tiempo para dedicarle a las lecturas que tenía pendientes se hacía cada vez más complicado, por lo que tuve que invertir tiempo en investigar y conocer sobre los planes de lectura que se adecuan a los horarios de las personas.

Como respuesta a la investigación, pude organizar mejor mi tiempo y adecuar los espacios y horarios para poder continuar con mis lecturas y preservar el hábito. Por tanto, la marca tiene el enfoque de poder ayudar a los demás, a través de creación de contenidos informativos, a crear un plan de lectura personalizado que responda a sus tiempos y comodidades.

Actualidad:

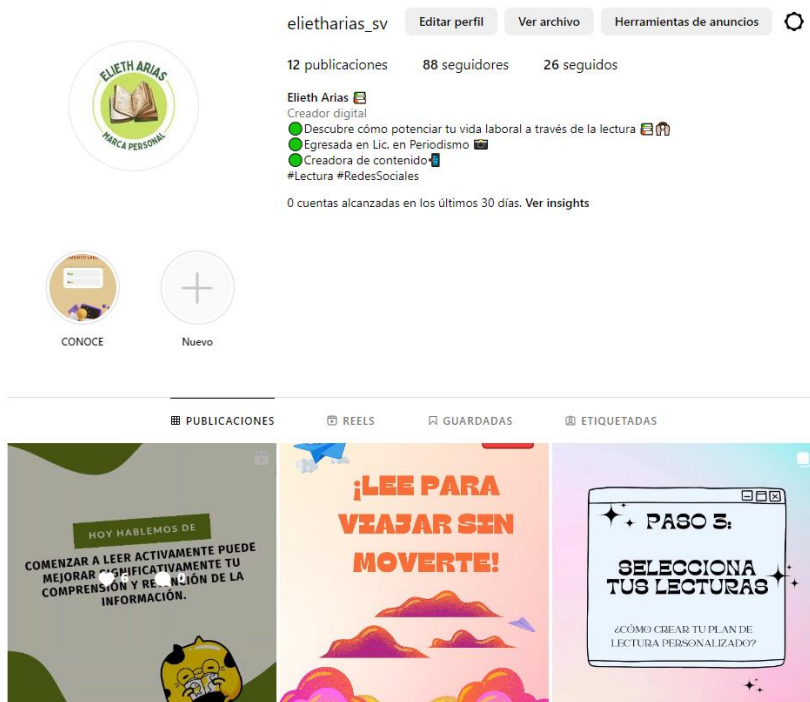
Durante la cuarentena por COVID-19, las reseñas de libros por redes sociales se hicieron muy populares, permitiendo a muchas y muchos creadores de contenido compartir con su comunidad, sin embargo, no era un contenido que permitiera a los demás tener el conocimiento de cómo organizar su tiempo para leer las recomendaciones que visualizaban.

Por lo que, repetir el mismo patrón, si bien iba a traer público a mis redes, pero no me permitía crear un contenido con un verdadero valor informativo, por tanto, crear una marca personal centrada en la creación de planes de lectura personalizados, me permite destacar por ofrecer valor a la audiencia y construir una comunidad en torno a una pasión compartida. (Carrión, 2023)

Al mismo tiempo, esto podrá abrirse camino en otras redes sociales para el crecimiento profesional y la monetización, al tiempo que impacta positivamente en la vida de las personas que buscan mejorar su hábito de lectura.

Crecimiento:

El perfil de la marca personal “Elieth Arias”, está vigente desde junio de 2023, con ella se han alcanzado 88 seguidores, logrando la publicación de 12 contenidos, entre los que se encuentran reels, post de feed e historias.



Creación de contenido:

Uno de los retos más grandes de crear contenido en redes sociales está enfocado en la lectura, además de adaptarse a los constantes cambios de estas las tendencias que van apareciendo, e innovar en el rubro, es decir, destacar con una propuesta diferente de contenido.

Es importante detallar que lo que la marca le ofrece a su comunidad y público en general es contenido informativo por medio de la creación de **Post**, **Carrusel** y **productos audiovisuales**.

Al mismo tiempo, se ofertan Consejerías Y consultarías en línea sobre:

- La creación de un plan de lectura personalizado que esté adecuado a los horarios y actividades de cada cliente.
- Plan estratégico de búsqueda de libros especializados en el área solicitada.

→ Cursos de introducción a la lectura: Inicios, libros de interés, beneficios, y sobre el uso de plataformas digitales de lectura.

Identidad visual:

El imagotipo de la marca cuenta con los siguientes elementos:

Este está compuesto por una diversidad de elementos que conforman su totalidad y siguen una línea gráfica:

Elieth Arias: Está escrito con letras mayúsculas, esto para potenciar su visibilidad, de igual manera, está escrito con letras de molde para facilitar la lectura.

Marca Personal: Al igual que el anterior, está escrito con letras mayúsculas, esto para potenciar su visibilidad, de igual manera, está escrito con letras de molde para facilitar la lectura.

Imagen: La imagen está compuesta por un libro abierto, asemejando a la temática de la marca personal.

Colores: Los colores que componen la línea gráfica del imagotipo es verde claro.
Código: #C9E265



OBJETIVOS DE LA MARCA

OBJETIVO GENERAL 1:

Posicionar la marca personal para atraer oportunidades de colaboración con otros influencers literarios, bibliotecas y marcas relacionadas.

Objetivos Específicos:

1.1. Informar a la audiencia sobre la importancia de los planes de lectura personalizados y cómo estos pueden mejorar su experiencia de lectura y desarrollo personal.

1.2. Aumentar la audiencia en un 20% y obtener al menos 50 interacciones mensuales en las redes sociales en los próximos seis meses.

OBJETIVO GENERAL 2:

Establecer y mantener una presencia digital sólida y atractiva al publicar, de manera consistente, artículos, consejos y asesoramiento en diversas plataformas de redes sociales, con el objetivo de compartir conocimientos literarios y construir una comunidad comprometida.

Objetivos Específicos:

2.1. Incrementar el número de participantes en el plan de lectura personalizada en un 15% durante los próximos tres meses.

2.2. Establecer colaboraciones con bibliotecas o grupos literarios en los próximos seis meses para ofrecer contenido variado y atractivo para la audiencia.

FODA

¿Qué es un FODA?

Un análisis FODA es una herramienta diseñada para comprender la situación de un negocio a través del análisis de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

El análisis FODA es una herramienta muy valiosa para cualquier y resulta fundamental para la toma de decisiones actuales y futuras pues da la pauta para conocer lo que se está haciendo bien y todo aquello que representa un reto actual o potencial. (HUBSPOT, HUBSPOT, -)

El FODA en la marca:

FORTALEZAS:

Dentro de las fortalezas que tiene la marca, está la investigación y conocimiento previo, lo cual permite crear un contenido original verídico a la comunidad de las redes sociales.

Al ser una marca de creación de contenido, la posibilidad y accesibilidad de generar recursos gráficos y audiovisuales permite que esta tenga una cara dinámica para informar, brindar consejos y ayudar a los seguidores actuales y potenciales.

De igual manera, al ser una marca propia, el manejo y establecimiento de una planificación y calendario de publicaciones es mucho más flexible y amigable para su creación.

DEBILIDADES:

El mundo de las redes sociales es variado y cambiante, por lo que, si se busca posicionarse de una manera exitosa en este, es importante conocer de primera mano las tendencias del momento. Como debilidad de la marca personal, se destaca el tiempo que se le dedica a la interacción profunda con las diferentes cuentas y contenidos que están en las diferentes plataformas digitales.

Asimismo, el acceso a las plataformas de edición profesional es poco, sin embargo, se logra superar, aunque no a su totalidad, con las plataformas web.

OPORTUNIDADES:

Lo dinámico y cambiante de las redes sociales es un punto a favor para la marca personal, al actualizarse constantemente estas potencian el contenido en los feeds o páginas principales de los diferentes perfiles, por lo que, esto se convierte en una ventaja para posicionarse y llegar a más personas que consuman el contenido en cuestión.

Al mismo tiempo, al ser contenido original, puede generar curiosidad entre los públicos, provocando que estos se suscriban o sigan las redes de la marca.

AMENAZAS:

La competencia es variada, a pesar de no haber encontrado un perfil que ofrezca los mismos servicios que la marca “Elieth Arias”, son cuentas bien establecidas, quienes por medio de reseñas, consejos y recomendaciones de lecturas logran conectar con sus comunidades y crecer cada día.

Al ser un contenido relativamente nuevo en el país, una de las mayores amenazas es no lograr crear una conexión con la comunidad o públicos meta, lo que generaría la pérdida de interés en los contenidos compartidos y el poco crecimiento digital de la marca.

ANÁLISIS GENERAL FODA

Al conocer las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades Y Amenazas de la marca personal “Elieth Arias”, se obtiene un panorama más claro de las áreas en donde hay que mejorar. Entre ellas, podemos destacar el dedicar más tiempo para conocer las tendencias que pueden ser clave para potenciar las redes sociales y los contenidos compartidos.

Al mismo tiempo, se convierte en un punto de partida para saber cómo continuar en la programación, creación y seguimiento de los índices de la marca.


En conclusión, la realización del FODA, ayuda a la marca a conocer y tomar decisiones sobre: Comunicación y Planificación de Marketing, Capitalizar Fortalezas y Oportunidades, Planificación Estratégica e Identificar Áreas de Mejora.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Lectura Aguada:

@Lecturaaguada es una cuenta salvadoreña que se dedica a brindar reseñas y consejos sobre la lectura.

La cuenta tiene un estilo de contenido variado, es decir, los formatos utilizados son de post, carrusel y reels/videos cortos, esto le ha permitido llegar a varias personas, creando una comunidad de 1,204 seguidores. Una de las ventajas de la cuenta, la cual le ayuda a posicionarse dentro de la comunidad de Instagram, son las diversas colaboraciones que ha realizado con la empresa: Internacional, Librería y Regalos. En diversas ocasiones, la tienda ha subido su contenido a sus Historias, generando que su flujo de seguidores se dirija a conocer su contenido. Por otro lado, la cuenta no se dedica a hablar o compartir contenido sobre la creación de un plan de lectura, no obstante, cuenta con un blog literario, lo que genera otro tipo de público y contenido.



lecturaaguada [Seguir](#) [Enviar mensaje](#) [+](#) [...](#)

2 publicaciones 1204 seguidores 849 seguidos


Patty
Blog personal
El Salvador.
Literata, por cuestión de felicidad.
Link a mi Blog literario.
bit.ly/3b1ttVv

Le siguen elietharias_sv y internacionallibrosyregalos

[PUBLICACIONES](#) [ETIQUETADAS](#)

¿Qué es una sociedad "Orwelliana"?

El término nace con el libro "1984" de George Orwell.



Usualmente se utiliza para hacer referencia a una sociedad opresiva con gobierno autoritario.

Pero Orwell advertía que ciertas características a las que aludía en sus escritos podían darse, incluso, en sociedades democráticas. Por lo que el término debe ser ampliado. ((U))

1/2 [@lecturaaguada](#)



Aleja:

@queleoyo es una cuenta colombiana dedicada a compartir reseñas, opiniones, consejos de lectura y la venta de libros.

La cuenta tiene un estilo de contenido variado, es decir, los formatos utilizados son de post, carrusel y reels/videos cortos, también, se dedica a la venta de libros variados que son de interés para su comunidad. La cuenta tiene, en la actualidad, 26,6 mil seguidores. Dentro de sus contenidos, presenta una variada percepción de la lectura, brindando contenidos como el de la imagen adjunta, los cuales generan una conexión con las audiencias. La publicación de ejemplo, trata temas de los libros de la autoayuda, un tema que está en auge en las redes sociales, obteniendo un alcance significativo (2,001 likes) En resumen, el contenido de Aleja es variado, pero siempre con el enfoque de estar dirigido a la lectura, uno de sus objetivos (por lo que se puede percibir), es generar una empatía con el seguidor y así crear una comunidad con este.

queleoyo [Seguir](#) [Enviar mensaje](#) [+](#) [...](#)

729 publicaciones 26,6 mil seguidores 664 seguidos

Aleja | Medellín | 🇨🇴
Creador digital
📍 | Meikin lectores felices since 2016
⚡ | Powered by: @alerestrepos

LIBROS EN VE... UALPEIPERS FRAGMENTOS PODCAST BROKEN HEA... MADRES NERDS

[PUBLICACIONES](#) [REELS](#) [ETIQUETADAS](#)

NO LEAN

LIBROS QUE TODXS DEBERIAN LEER
Según @queleoyo

ABANDONA ESTA CUENTA AHORA MISMO
SI ERES DE LOS QUE...

Cartas de un lector:

@cartasdeunlector es una cuenta mexicana que amplió su comunidad durante la cuarentena por COVID-19.

Una de las fortalezas de la cuenta es la creación de material audiovisual, lo que genera un ambiente de interacción directa con la o el seguidor. De igual manera, la cuenta potencia mucho la interacción por medio de las Historias de Instagram, haciendo de estas un espacio de comunicación directa. Al igual que las otras cuentas, su contenido es variado, pero es constante, @cartasdeunlector está en constante actualización, lo que permite que la misma plataforma potencie sus contenidos. El tener una comunidad grande de seguidores, contando con 197 mil de followers, le permitió despegar exitosamente en otro rubro que la creación de contenido. Rodrigo Unda, se convirtió en creador digital y en autor, lo que le permitió ofrecer otros servicios a su comunidad.

The screenshot shows the Instagram profile of @cartasdeunlector. At the top, the username 'cartasdeunlector' is displayed with a verified badge, followed by buttons for 'Seguir', 'Enviar mensaje', and a plus sign. Below this, the profile statistics are shown: '280 publicaciones', '197 mil seguidores', and '713 seguidos'. The profile picture is a circular image of Rodrigo Unda. The bio includes the name 'Rodrigo Unda' with a link to his profile, the handle '@cartasdeunlector', and the title 'Creador digital'. It also lists 'Libros y películas', the email 'cartasdeunlector@gmail.com', and a link to purchase a book 'El libro de los libros'. A link to 'linktr.ee/cartasdeunlector' is provided. Below the bio, it says 'Le siguen celesteurrutia1, m_relynfi y geja_jara'. A row of six circular icons represents different content categories: 'Escritor', 'Eventos', 'Ustedes 2', 'Códigos', 'Ustedes', and 'Covers'. At the bottom, there are three tabs: 'PUBLICACIONES', 'REELS', and 'ETIQUETADAS'. The 'PUBLICACIONES' tab is active, showing three posts: a video of Rodrigo Unda in a library, a book cover for 'El LIBRO' with a 'Con relatos inéditos del autor' badge, and a photo of Rodrigo Unda smiling.

Los mil y un libros:

@losmilyunlibrosmx es una cuenta mexicana que se dedica a la venta de libros.

A pesar de ser una cuenta que su función principal es la venta de libros en formato físico, la cuenta de Los mil y un libros, ha expandido sus contenidos a publicaciones sobre club de lectura, consejos y el anuncio de un podcast. El posicionamiento de la marca (4,695 seguidores), le permitió expandir sus servicios a la creación de un podcast sobre el mismo rubro, lo que le brinda el acceso a un público diferente al que principalmente se dirige.

losmilyunlibrosmx [Seguir](#) [Enviar mensaje](#) [+](#) [...](#)

1835 publicaciones 4695 seguidores 803 seguidos

Librería Los mil y un libros
[losmilyunlibrosmx](#)

Librería
Pedidos al DM o WhatsApp
WhatsApp 55 3646 1930 - 55 7328 1442
📖 Únete a nuestro club de lectura
👇 Escúchanos en nuestro nuevo podcast
open.spotify.com/show/7yk5UMvnOYbGWNtp0dgW2x

Recomendaci... Entregas Club de lectura Feminismo ... Ed. Antilope Anagrama Envíos

PUBLICACIONES REELS ETIQUETADAS

¿CÓMO COMPRAR?

CLUB DE LECTURA

PODCAST

RESUMEN DE ANÁLISIS

En la red social de Instagram, las cuentas de la competencia son variadas, si bien no se dedican a ofrecer contenido informativo sobre la creación de un plan de lectura personalizado, si están bien establecidos dentro de la comunidad quienes tienen como interés principal la lectura.

Esto genera una competencia en torno al posicionamiento de la marca, provocando que el reto principal de la marca personal sea el crear contenido innovador y dinámico que le permita llegar a más personas y así establecer una comunidad dentro de la red social.

En cambio, la red de la marca personal “Elieth Arias”, si bien se asemeja a la línea temática de los perfiles anteriores con la lectura, sobresale en cuanto a su información y contenido. Esto gracias al enfoque que este tiene.

La mayor competencia que se puede visualizar está relacionada a la recomendación de lecturas y utilización de lenguaje similar, un aspecto que se ha tomado en cuenta para futuras publicaciones. Por ejemplo:



BUYER PERSONA

Buyer persona 1: María García

Joven emprendedora de 20 años con pasión por la venta en línea, ha canalizado su creatividad y habilidades empresariales en el mundo digital. Su historia comienza cuando, a los 18 años, decidió lanzar su propio negocio en línea vendiendo ropa vintage y artículos de moda únicos.

Características:

- **Rango de edad:** 20 años
- **Género:** Femenino
- **Estado Civil:** Soltera
- **Departamento de residencia:** San Salvador
- **Departamento de empleo:** San Salvador
- **Cargo:** Emprendedora
- **Grado académico alcanzado:** Bachillerato
- **Ingresos:** \$400

Objetivos personales:

Al tener una trayectoria de 2 años en redes sociales y especialmente en Instagram, María busca conocer más sobre el marketing digital, leer sobre él y aplicarlos en su emprendimiento para fomentar el uso de la ropa de segunda mano, y así generar conciencia de la moda sostenible.

Motivaciones:

- Quiere leer más sobre el marketing digital para posicionar las redes de su emprendimiento.
- Expandir sus conocimientos en términos técnicos de marketing digital, especialmente, de las redes sociales.

Impresiones negativas:

Invertir su tiempo en un perfil informativo que no le dé los resultados esperados.

Buyer persona 2: Diego López

Diego es conocido por su meticulosidad en la gestión de los procedimientos de laboratorio y su capacidad para resolver problemas de manera eficiente. Se enorgullece de que su laboratorio esté a la vanguardia de la tecnología médica y siga los estándares más rigurosos de calidad y seguridad.

Características:

- **Rango de edad:** 30 años
- **Género:** Masculino
- **Estado Civil:** Casado
- **Departamento de residencia:** San Miguel
- **Departamento de empleo:** San Miguel
- **Cargo:** Jefe de clínica
- **Grado académico alcanzado:** Universitario
- **Ingresos:** \$1,250

Objetivos personales:

- Incorporar la lectura como parte de su estilo de vida para mejorar su salud cerebral y su bienestar general.
- Descubrir recursos y recomendaciones de libros que puedan aplicarse en su práctica médica y en la educación de sus pacientes.

Motivaciones:

- Apasionado por el aprendizaje continuo y el desarrollo personal.
- Busca incorporar hábitos saludables en su vida diaria para mantener un estilo de vida equilibrado.

Impresiones negativas:

Invertir su tiempo en un perfil cuya información no sea verídica y confiable.

Buyer persona 3: Juan José Díaz

Joven estudiante universitario de la Licenciatura en Psicología, apasionado por aprender constantemente, así como comprometido con su crecimiento personal y académico, interesado en explorar cómo la lectura puede influir en su vida y en su carrera profesional.

Características:

- **Rango de edad:** 21 años
- **Género:** Masculino
- **Estado Civil:** Soltero
- **Departamento de residencia:** San Salvador
- **Departamento de empleo:** San Salvador
- **Cargo:** Estudiante
- **Grado académico alcanzado:** Bachillerato
- **Ingresos:** \$0

Objetivos personales:

- Descubrir nuevas ideas y perspectivas a través de la lectura que puedan enriquecer su desarrollo personal y académico.
- Conectar con una comunidad de lectores en Instagram que compartan recomendaciones de libros, consejos de lectura y reflexiones sobre el poder de los libros.

Motivaciones:

- Desea descubrir libros y recursos que sean relevantes para su carrera universitaria y que también le proporcionen conocimientos útiles para la vida cotidiana.

Impresiones negativas:

El temor a no encontrar contenido relevante o interesante que se alinee con sus intereses y necesidades.

Buyer persona 4: Laura Rodríguez

Laura es maestra de una escuela local de su municipio, representa a una persona dedicada y comprometida con la educación de sus alumnos, interesada en encontrar formas creativas y efectivas de fomentar la lectura en el aula y en su comunidad escolar.

Características:

- **Rango de edad:** 34 años
- **Género:** Femenino
- **Estado Civil:** Soltera
- **Departamento de residencia:** Sonsonate
- **Departamento de empleo:** Sonsonate
- **Cargo:** Maestra
- **Grado académico alcanzado:** Universitario
- **Ingresos:** \$700

Objetivos personales:

- Conectar con otros educadores en Instagram que compartan experiencias y consejos sobre cómo promover la lectura en sus alumnos.
- Utilizar el contenido compartido en el perfil de Instagram para obtener nuevas ideas y recursos para fomentar la lectura en su salón de clases.

Motivaciones:

- Interesada en fomentar el amor por la lectura entre sus alumnos y en su comunidad educativa.
- Le gusta descubrir nuevas estrategias y recursos para hacer que la lectura sea más atractiva y accesible para sus estudiantes.

Impresiones negativas:

La inquietud de no poder mantenerse actualizada sobre las últimas tendencias y enfoques en la enseñanza de la lectura, lo que podría afectar su capacidad para motivar a sus estudiantes.

CANALES DIGITALES

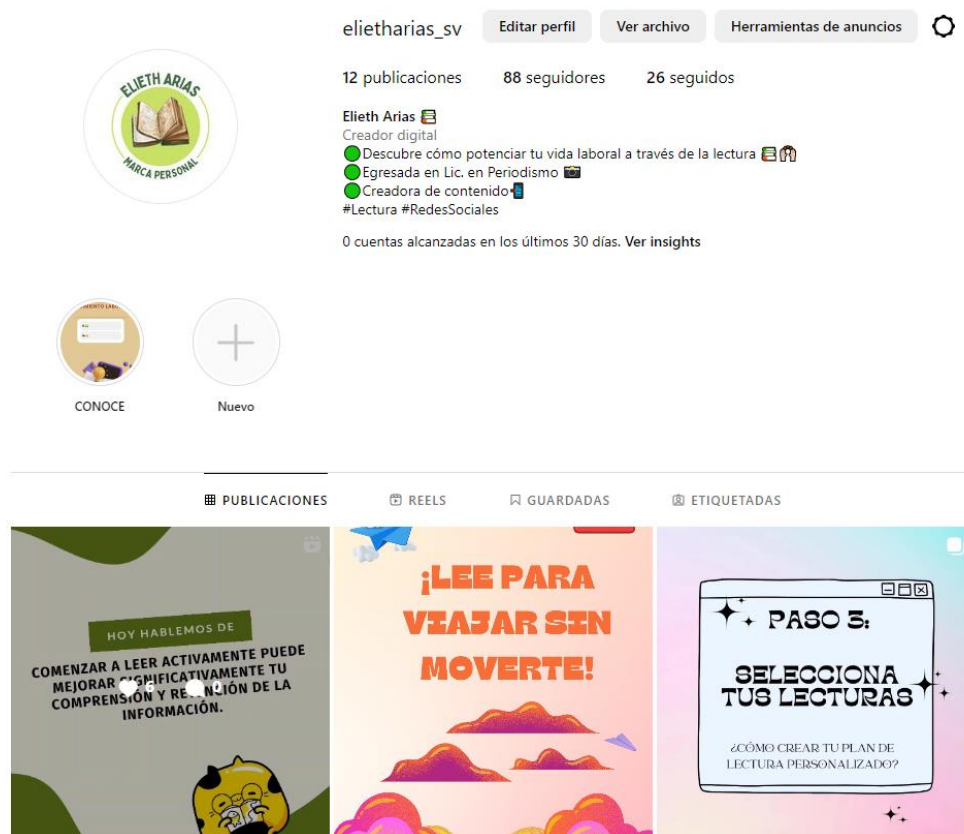
Red Social Principal: Instagram

La elección de esta plataforma digital se estableció después de una investigación sobre impacto y alcance en redes sociales; por lo tanto, la marca personal: “Elieth Arias”, se posicionará a través de la red Instagram.

Sobre la red:

Instagram es una plataforma versátil y poderosa para posicionar una marca en la mente de su audiencia. Facilita la creación de una identidad visual sólida, la promoción de productos y servicios, y construcción de relaciones significativas con los seguidores. (Tapia, 2022)

De igual manera, es una de las redes sociales más influyentes y populares en todo el mundo, y su importancia, alcance e impacto en la sociedad son significativos. Además, la plataforma tiene la capacidad de humanizar marcas y darles un toque más cercano con el público, siendo esto una ventaja para las cuentas de marca, empresas o creadores de contenido. (HUBSPOT, HUBSPOT, 2022)



Red Secundaria: LinkedIn

Como parte del crecimiento y consolidación de la marca personal "Elieth Arias", hemos decidido crear un perfil en LinkedIn. Esto nos permitirá conectar con otros profesionales y marcas que compartan intereses similares, fomentando así una comunidad de colaboración y oportunidades.

Sobre la red:

LinkedIn es una plataforma poderosa para posicionar una marca en el ámbito profesional y empresarial. Proporciona oportunidades para establecer conexiones, construir relaciones, aumentar la visibilidad y demostrar experiencia en determinado campo laboral. (Consulting, -)

Al mismo tiempo, dentro de los beneficios de esta plataforma digital es que la misma puede ayudar a la marca, gracias a sus herramientas eficaces para el conocimiento y la promoción de la marca.

Entre las ventajas del uso de LinkedIn como red social para potenciar una marca personal son: Permitir que las empresas visiten tu perfil, Puedes saber cuántos pasos te quedan para completar tu perfil y además la posibilidad de ser encontrado en las búsquedas, Conocer cuántas personas han visitado tu perfil y ampliar la lista, Añadir tu perfil en otro idioma, Editar tu URL y el perfil público. (Imagina, 2022)



LÍNEAS DE CONTENIDO

Branding	Interacciones	Contenido de valor
<p>Posicionamiento de la marca personal a través de medios digitales</p>	<p>Acercamiento a los usuarios por medio de publicaciones interactivas e informativas, creando así, lazos de intereses personales con la marca.</p>	<p>Creación de contenido relacionado con la lectura, sus beneficios y cómo implementarla al ámbito laboral para mejorar el rendimiento tanto físico como intelectual.</p>
<ul style="list-style-type: none"> → Historia de la Marca. → Presentación de productos (Post, Reels, animaciones, stories informativas). → Actualización constante de la Línea Gráfica de la Marca. → Posicionamiento actual de la marca. 	<ul style="list-style-type: none"> → Respuesta a comentarios en publicaciones. → Respuesta constante a mensajes directos. → Encuestas e stories interactivas y llamativas. → Monitoreo constante de conocimiento de intereses y preferencias de los usuarios. → Publicación constante y actualizada. 	<ul style="list-style-type: none"> → Beneficios de la Lectura. → Consejos para una Lectura Activa. → Planificación de Lectura Personalizada. → Comenzar a Leer.

KPI'S A MEDIR

OBJETIVO GENERAL 1 POSICIONAMIENTO DIGITAL DE LA MARCA PERSONAL	
ESPECIFICO 1.1	ESPECIFICO 1.2
Informar a la audiencia sobre la importancia de los planes de lectura personalizados y cómo estos pueden mejorar su experiencia de lectura y desarrollo personal.	Aumentar la audiencia en un 20% y obtener al menos 50 interacciones mensuales en las redes sociales en los próximos seis meses.
KPI 1.1.1	KPI 1.2.1
<p>Alcances e Interacciones:</p> <p>Cantidad de alcances e interacciones que obtienen las publicaciones (Post, Reels o Stories), es decir, likes, comentarios, compartidos.</p>	<p>Audiencia:</p> <p>Cantidad de nuevos seguidores obtenidos, asimismo, especificaciones de ciudades, países y edades a los que estos perteneces.</p>

OBJETIVO GENERAL 2 PRESENCIA DIGITAL	
ESPECIFICO 2.1	ESPECIFICO 2.2
Incrementar el número de participantes en el plan de lectura personalizada en un 15% durante los próximos tres meses.	Establecer colaboraciones con bibliotecas o grupos literarios en los próximos seis meses para ofrecer contenido variado y atractivo para la audiencia.
KPI 2.1.1	KPI 2.2.1
<p>Visualizaciones, alcances e interacciones:</p> <p>Cantidad de visualizaciones e interacciones (likes, comentarios, compartidos), reciben las publicaciones realizadas por la marca.</p>	<p>Menciones:</p> <p>Cantidad de menciones, etiquetas o mensajes directos, recibe el perfil de la marca personal.</p>

CALENDARIO DE CONTENIDO

El calendario de publicaciones facilita a la marca a organizar y planificar el contenido que se estará publicando en la red social principal Instagram, este puede estar sujeto a cambios y variaciones que se ajusten a los intereses de la audiencia y a los objetivos de esta.

Como marca personal “Elieth Arias”, se ha establecido generar una programación de publicaciones cada semana, esto con la finalidad de medir el impacto del tipo de formato y contenidos que se está compartiendo.

A continuación, se presenta una propuesta de programación de publicaciones por un periodo de dos semanas, trabajando de la siguiente manera:

GENERALIDADES	
Red Social	Instagram
Publicación de Stories	2 al día
Publicación de Reels	3 semanales
Artes Gráficos para Post	Ver anexos
Keywords	<ul style="list-style-type: none">→ #libros→ #lectura→ #leer→ #lecturaideal→ #elsalvador→ #503→ #plandelectura→ #lectores→ #booktagram

Día	Hora	Copy	Formato	Tipo de contenido	N.º de piezas gráficas
Día 1	12:30 pm	¿Ya conocías los beneficios de la lectura? Te contamos que la lectura expande tu mente, te lleva a lugares lejanos y te permite ver el mundo desde diferentes perspectivas. □□	Post en feed	Valor	1
Día 2	5:30 pm	Hoy te recomendamos: El sutil arte de que te importe un Caraj*. Este libro entra en la categoría de autoayuda, y es que Mark Manson, su autor, afirma que el camino de la lectura trata sobre afrontar la adversidad, la voluntad de ser diferente, incluso marginado, por los valores que uno posee. ¿Cuál es tu lectura actual?	Post en feed	Valor	1
Día 3	12:30 pm	Empieza tu día con una lectura inspiradora. Comparte con nosotros tu rutina matutina de lectura. □□	Story	Interacción	1
Día 4	10:00 am	¿Sabes cómo establecer objetivos de lectura? Establecer metas de lectura te ayuda a mantenerte enfocado. Comparte tus objetivos de lectura para este mes. □□	Post en feed	Valor	1

Día 5	5:30 pm	<p>¿Ya conocías los beneficios de la lectura?</p> <p>La lectura nocturna, o la lectura antes de dormir, ofrece una serie de beneficios que pueden mejorar tu bienestar y enriquecer tu vida. Aquí están algunos de los beneficios de la lectura nocturna. □ □</p>	Post en feed	Valor	1
Día 6	10:00 am	<p>¿Quieres empezar a leer más, pero no sabes por dónde comenzar?</p> <p>Compartimos algunos consejos sobre cómo dar el primer paso. □♂□</p>	Story	Interacción	1
Día 7	12:30 pm	<p>La lectura es una herramienta poderosa para el crecimiento personal.</p> <p>¿Qué libros te han ayudado a crecer? □ □</p>	Story	Interacción	1
Día 8	5:30 pm	<p>¿Quieres dar tu Primer Paso en la Lectura? Te compartimos consejos para elegir el libro adecuado cuando estás empezando a leer más.</p> <p>#ComienzaTuAventuraLectora □ □</p>	Post en feed	Valor	1
Día 9	12:30 pm	<p>¿Listos para tu próxima lectura? Te recomendamos: El caballero de la armadura oxidada.</p> <p>Este libro nos muestra un espejo de la vida, y la manera de cómo nosotros podemos aferrarnos a algo que no nos pertenece y que de ninguna forma</p>	Post en feed	Valor	1

		<p>nos hace feliz. ¡Comparte tus recomendaciones también! <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>			
Día 10	10:00 am	<p>Isabel Allende es una reconocida escritora chilena nacida el 2 de agosto de 1942 en Lima, Perú, aunque se considera de nacionalidad chilena. Es una de las autoras en lengua española más influyentes y exitosas del siglo XX y XXI. Su obra abarca novelas, memorias y cuentos, y es conocida por su estilo narrativo único y su habilidad para tejer historias emotivas y evocadoras.</p> <p>Cuéntanos, ¿Ya conocías sobre esta autora? ¿Cuál es tu libro favorito? <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	Post en feed	Valor	1
Día 11	5:30 pm	<p>Los libros tienen el poder de cambiar tu perspectiva. Comparte cómo un libro cambió tu vida. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	Story	Interacción	1
Día 12	10:00 am	<p>Leer en la Naturaleza, por extraño que parezca, tiene sus ventajas para tu salud mental y física. Explora los beneficios de la lectura al aire libre. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	Post en feed	Valor	1
Día 13	12:30 pm	<p>¿Ya conocías los beneficios de leer antes de dormir? <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>En este post te brindamos algunos de los beneficios que tiene leer antes de ir a la cama. Dinos, ¿Ya los conocías?</p>	Post en feed	Valor	1

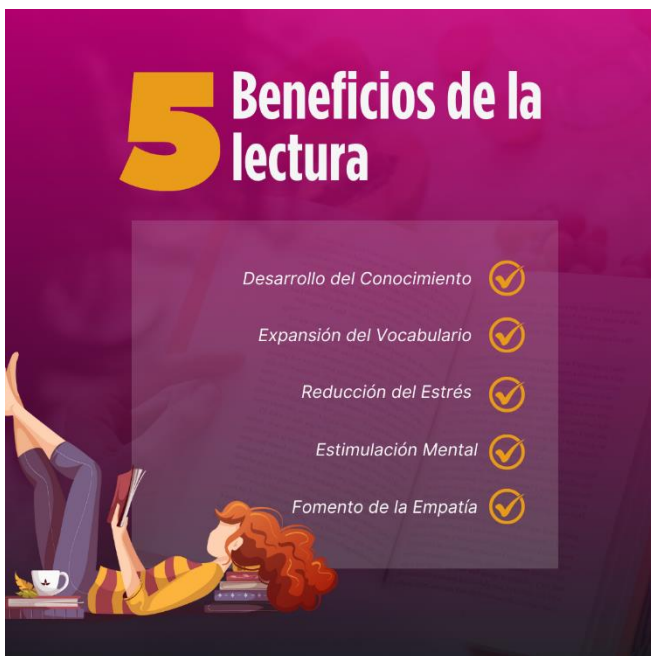
Día 14	5:30 pm	Te compartimos algunas de las técnicas para leer de manera más activa y reflexiva. ☐☐	Post en feed	Valor	1
Día 15	10:00 am	¡Te desafiamos a leer 20 páginas hoy! ¿Quién se une al desafío? ☐☐	Story	Interacción	1

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfa, E. (11 de Marzo de 2020). *Estudio Alfa*. Obtenido de <https://estudioalfa.com/el-impacto-de-las-redes-sociales-en-la-sociedad>
- branding, A. d. (04 de Febrero de 2023). *Line Branding* . Obtenido de <https://www.linebranding.com/las-redes-sociales-y-su-influencia-en-la-actualidad/>
- Carrión, M. (15 de Marzo de 2023). Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/5564/8410>
- Consulting, S. S. (-). *Social Selling Consulting*. Obtenido de <https://triunfaconlinkedin.com/blog-linkedin/marketing-de-contenidos-en-linkedin/>
- EUDE. (24 de Julio de 2018). *EUDE*. Obtenido de <https://www.eude.es/blog/instagram-estrategia-de-marketing-digital/>
- Gonzalez, L. (- de - de -). *Lorenzo Gonzalez*. Obtenido de <https://lorenzo-gonzalez.com/COMO-CONSTRUIR-TU-MARCA-PERSONAL-EN-LINKEDIN/>
- Hootsuite. (02 de Agosto de 2023). *Hootsuite*. Obtenido de <https://blog.hootsuite.com/social-media-metrics/>
- HUBSPOT. (-). *HUBSPOT*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda>
- HUBSPOT. (2022). *HUBSPOT*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/ventajas-desventajas-instagram>
- Imagina. (25 de Enero de 2022). *Imagina*. Obtenido de <https://www.imaginadigital.com/NOTICIAS/VENTAJAS-Y-DESVENTAJAS-DE-LINKEDIN-MERECE-LA-PENA-ESTA-RED-SOCIAL-PROFESIONAL/>
- Libro, C. C. (25 de Julio de 2016). *Cámara Colombiana del Libro*. Obtenido de <https://camlibro.com.co/la-lectura-y-las-redes-sociales/>
- Secul Giusti, C., & Viñas, M. (2015). *Memoria Académica*. Obtenido de https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.9123/pr.9123.pdf
- Station, R. (23 de Octubre de 2021). *RD Station*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/blog/es/marketing-en-instagram/>
- Tabs, C. (28 de Diciembre de 2017). *Cool Tabs*. Obtenido de <https://blog.cool-tabs.com/kpis-en-instagram/>
- Tapia, K. (17 de Febrero de 2022). *Digitaltrends*. Obtenido de <https://es.digitaltrends.com/sociales/instagram-mejor-aplicacion-redes-sociales/#:~:text=Instagram%20es%20una%20plataforma%20en,nuevas%20audiencias%20mediante%20redes%20sociales.>
- Viñas, M., & Giusti, C. (2015). Obtenido de https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/62587/Documento_completo__pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Se%20entiende%20as%C3%AD%20que%20las,o%20comentarios%20de%20la%20cultura.

ANEXOS

Anexo 1.



Anexo 2.



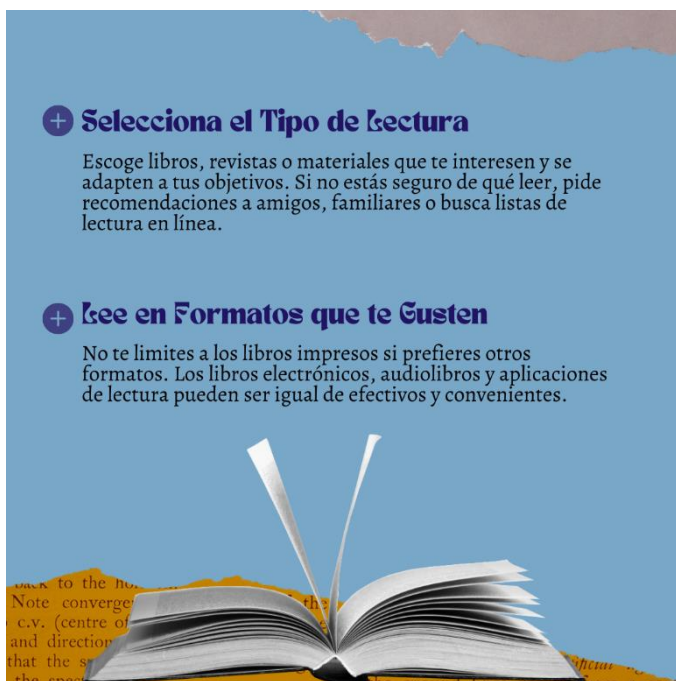
Anexo 3.



Anexo 4.



Anexo 5.



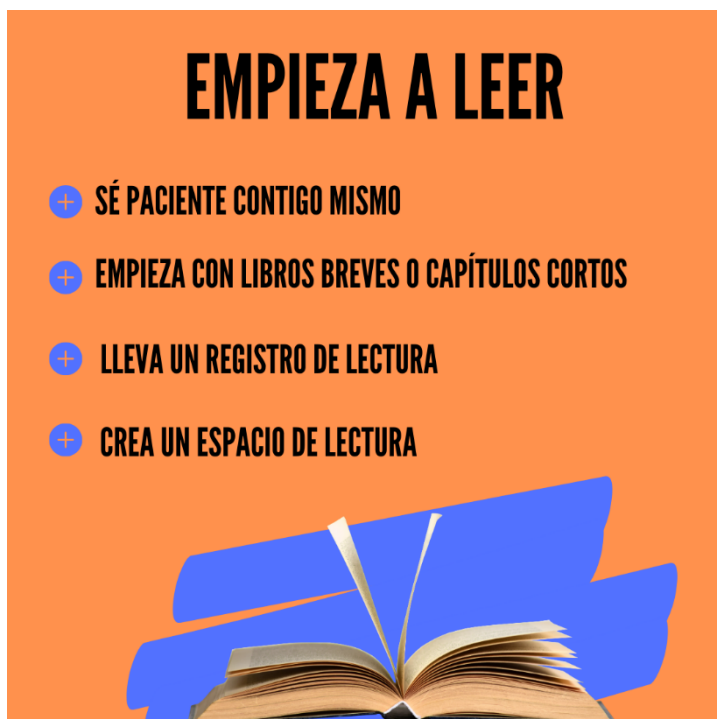
+ Selecciona el Tipo de Lectura

Escoge libros, revistas o materiales que te interesen y se adapten a tus objetivos. Si no estás seguro de qué leer, pide recomendaciones a amigos, familiares o busca listas de lectura en línea.

+ Lee en Formatos que te Gusten

No te limites a los libros impresos si prefieres otros formatos. Los libros electrónicos, audiolibros y aplicaciones de lectura pueden ser igual de efectivos y convenientes.

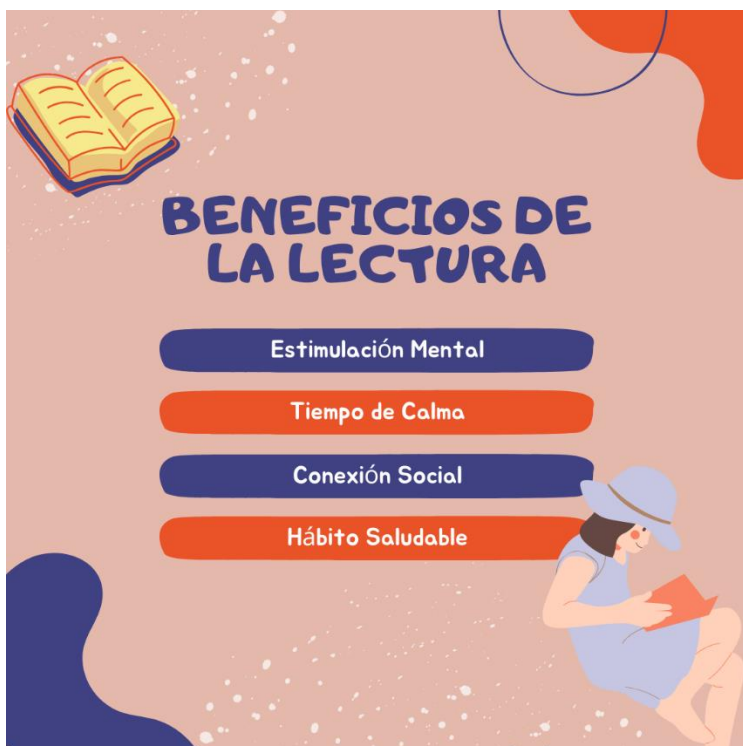
Anexo 6.



EMPIEZA A LEER

- + SÉ PACIENTE CONTIGO MISMO**
- + EMPIEZA CON LIBROS BREVES O CAPÍTULOS CORTOS**
- + LLEVA UN REGISTRO DE LECTURA**
- + CREA UN ESPACIO DE LECTURA**

Anexo 7.



Anexo 8.



Anexo 9.

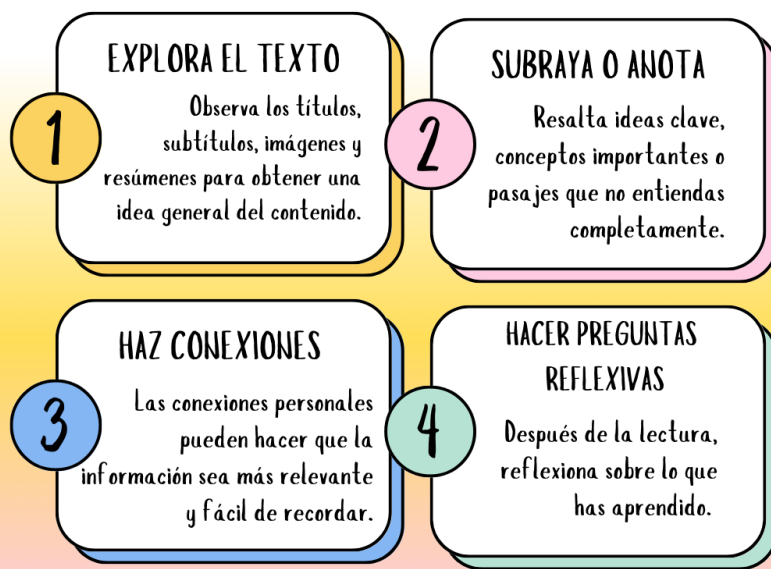


Anexo 10.



Anexo 11.

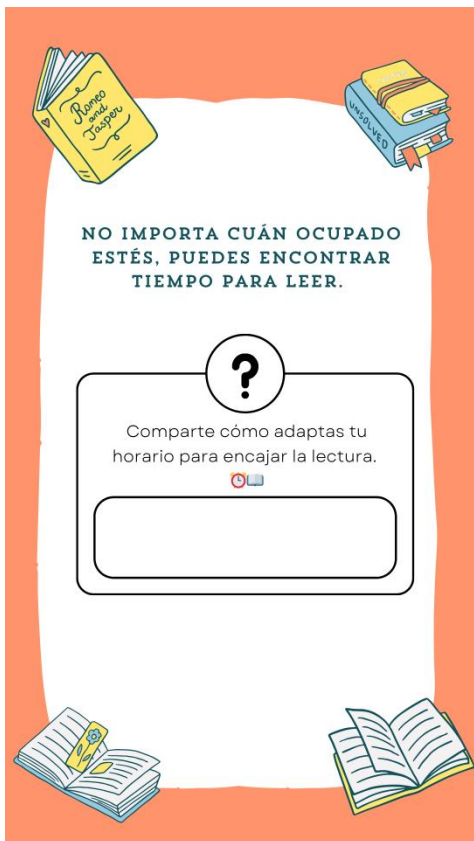
4 TÉCNICAS PARA TENER UNA LECTURA ACTIVA



Anexo 12.



Anexo 13.



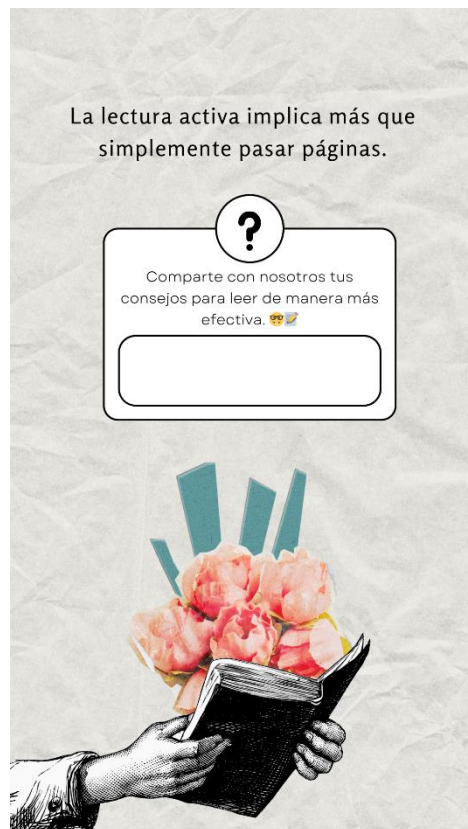
NO IMPORTA CUÁN OCUPADO ESTÉS, PUEDES ENCONTRAR TIEMPO PARA LEER.

?

Comparte cómo adaptas tu horario para encajar la lectura.

This graphic features an orange background with a white central area. It is decorated with illustrations of books: a yellow book with 'Rango y Josepe' on the cover, a blue book with 'LUGAR MED', and two open books at the bottom. The central text is in all caps. Below the text is a white box with a question mark icon, followed by a prompt in Spanish and a text input field.

Anexo 14.



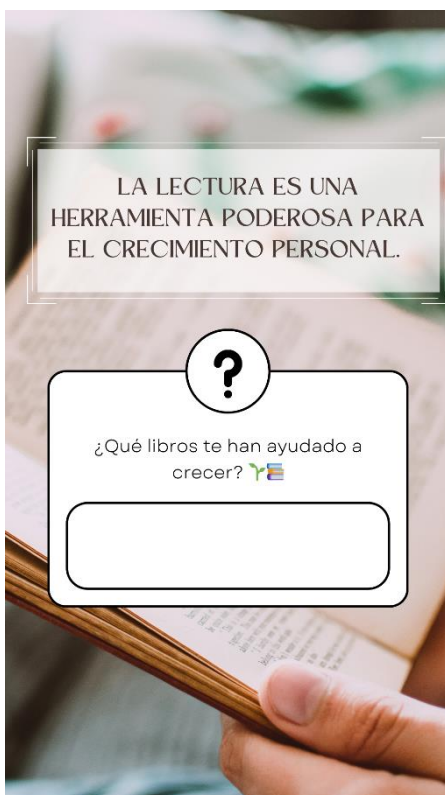
La lectura activa implica más que simplemente pasar páginas.

?

Comparte con nosotros tus consejos para leer de manera más efectiva. 📖👉

This graphic has a light grey, crumpled paper background. At the bottom, a hand is shown holding a black book, with a bouquet of pink peonies and teal ribbons emerging from it. The text is centered at the top. Below it is a white box with a question mark icon, a prompt in Spanish, and a text input field.

Anexo 15.



LA LECTURA ES UNA HERRAMIENTA PODEROSA PARA EL CRECIMIENTO PERSONAL.

?

¿Qué libros te han ayudado a crecer? 📖👉

This graphic features a background image of a hand holding an open book. The text is centered in a white box at the top. Below it is another white box with a question mark icon, a prompt in Spanish, and a text input field.