

Alice Lardé

Conexión Creativa con **MIPYME+Educación**



Identidad creativa
y marca personal

MÓDULO 2 · 9 DE MAYO

Identidad creativa y marca personal

Módulo 2 · Formación para Creadores de Contenido

Formador: **Erick Abarca** · 9 de mayo de 2025 · 9:00 AM – 12:00 MD

9:00–10:00

Marca personal
& Storytelling

10:00–11:00

Propuesta de valor
& Identidad visual

11:00–12:00

Comunidad
& Manifiesto

Agenda del módulo — 3 horas

9:00–10:00

- Marca personal: qué es y sus 3 pilares
- Auditoría de tu marca actual
- Storytelling: 3 tipos de historia
- Mini-taller de escritura + puesta en común

10:00–11:00

- Propuesta de valor: la fórmula
- Ejercicio de validación
- Ronda de feedback en vivo
- Identidad visual + tono narrativo
- Moodboard rápido

11:00–12:00

- Construcción de comunidad
- El camino: desconocido → comunidad
- Los 5 elementos del Manifiesto
- Ejemplo comentado + construcción individual
- Revisión entre pares · Cierre

Marca personal para creadores

Bloque 1 · 9:00 AM

Definición:

La percepción que otros tienen de ti cuando no estás en la sala.

Para un creador: lo que tu audiencia espera cuando ve tu nombre.

No es tu logo. No es tu feed. No es el número de seguidores.

Los 3 pilares:

1

Quién eres

Valores, historia, perspectiva

2

Qué haces

Tu formato, nicho y método

3

Para quién

Audiencia y lo que necesita

Pregunta en el chat: ¿Qué quieres que la gente piense cuando escucha tu nombre?

ACTIVIDAD

Auditoría de tu marca actual

10 minutos · Luego 3 voluntarios comparten

1. Busca tu nombre en Google

2. Abre tu perfil principal y míralo como un desconocido

3. Responde las 3 preguntas →

Las 3 preguntas:

¿Qué aparece?

¿Eso es lo que quieres que vean?

¿Qué falta?

¿Qué debería estar pero no está?

¿Qué no debería estar?

¿Hay algo que contradice tu marca?

No juzgues todavía. Solo observa.

Storytelling personal

Tu historia no es el contexto. Es el contenido.

ORIGEN

¿De dónde veniste?

El punto de partida real.
Nada tiene que ser
glamoroso.

QUIEBRE

¿Qué cambió todo?

La decisión o fracaso
que te redirigió.

APRENDIZAJE

¿Qué entendiste?

La perspectiva que
solo tú puedes tener.

MISIÓN

¿A dónde vas?

Lo que quieres construir
y a quién llevás contigo.

Los 3 tipos de historia que construyen marca:

Historia de origen

"Empecé desde..."

Historia de transformación

"Antes pensaba X, ahora sé Y"

Historia de fracaso-aprendizaje

"Me salió mal y aquí está lo que aprendí"

MINI-TALLER

Escribe tu historia de origen

8 minutos cronometrados

Máximo 5 líneas

Primera persona, tiempo pasado

Un detalle concreto (lugar, fecha, decisión)

Termina con dónde estás hoy

Estructura sugerida:

1

"Antes de crear contenido, yo era..."

2

"Hasta que un día..."

3

"Eso me hizo entender que..."

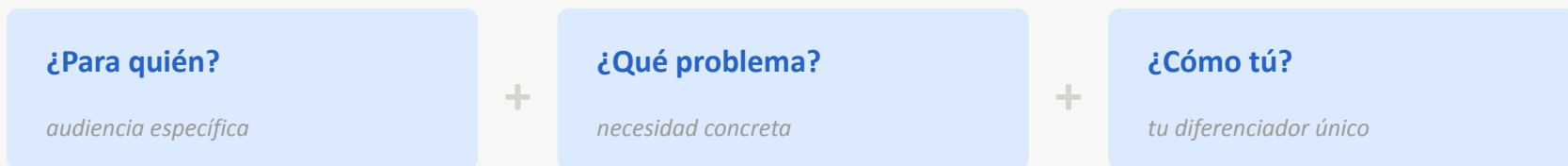
4

"Hoy creo para..."

Luego: 3 voluntarios leen su historia en voz alta · El grupo escucha sin interrumpir

Propuesta de valor del contenido

La fórmula:



Ejemplo: "Ayudo a emprendedores centroamericanos que quieren monetizar su conocimiento a través de contenido auténtico y sin producción cara."

3 errores frecuentes:

1. Ser tan genérico que aplica a cualquiera
2. Copiar la propuesta de otro creador
3. Confundir formato con valor

3 señales de que funciona:

- ✓ Una persona dice "esto es para mí"
- ✓ Alguien la comparte sin que lo pidas
- ✓ Te diferencia en 10 segundos

ACTIVIDAD

Escribe tu propuesta de valor

Usa la fórmula: ¿Para quién? + ¿Qué problema? + ¿Cómo tú?

Escríbela en una sola oración (máx. 25 palabras)

Léela en voz alta — si suena raro, reescríbela

8 minutos de escritura individual

Ronda de feedback en vivo

3 voluntarios comparten su propuesta. El grupo responde con esta estructura:

1

Una cosa que funciona

¿Qué está claro y resonó?

2

Una pregunta

¿Qué no entendiste o qué faltó?

Regla del feedback: nadie puede decir "es que yo haría..." — solo preguntar.

Identidad visual y tono narrativo

La cara y la voz de tu marca. Ambas deben ser reconocibles antes de que lean tu nombre.

Identidad visual

Paleta de colores 2–3 colores máx. Reconocimiento inmediato.

Tipografía Carácter sin decir una palabra.

Estilo fotográfico Coherencia entre posts, thumbnails y perfil.

Logo / Símbolo Opcional. Útil una vez que tienes claridad.

Tono narrativo (elige máximo 2)

Cercano *"Hoy me salió mal y te cuento por qué"*

Educativo *"3 cosas que aprendí después de 200 videos"*

Inspiracional *"Si yo pude desde SV, tú también puedes"*

Directo *"Sin rodeos: esto es lo que funciona"*

Regla de oro: consistencia > perfección. Una identidad simple sostenida en el tiempo gana a una perfecta que cambia cada mes.

Coherencia entre plataformas

Tu audiencia salta entre plataformas. Tu marca debe verse como la misma persona en todas.

Instagram / TikTok

- Foto de perfil coherente con tu paleta
- Bio con propuesta de valor en 1 línea
- Highlights o fijados que muestran tu mejor contenido
- Tono del caption consistente

YouTube

- Banner y miniatura con estilo reconocible
- Descripción del canal con propuesta clara
- Títulos que siguen un patrón de voz
- Card de presentación en los primeros 30 segundos

LinkedIn

- Foto profesional (no tiene que ser traje)
- Titular con nicho + propuesta de valor
- About que cuenta tu historia de origen
- Contenido diferente al de redes de entretenimiento

ACTIVIDAD

Moodboard rápido

10 minutos

Elige 3 cuentas que admiras (cualquier plataforma)

De cada una extrae 1 elemento que quieres para la tuya

Escríbelo: ¿qué tiene esa cuenta que quieres aplicar?

Tu tabla de referencia:

Cuenta / Creador	Elemento que admiras	Cómo lo aplicarías
1.		
2.		
3.		

Luego compartimos: ¿qué patrón encontraste en las 3 cuentas que elegiste?

Construcción de comunidad

Bloque 3 · 11:00 AM

Audiencia ≠ Comunidad · Audiencia: te escucha. Comunidad: te elige, te comparte y co-crea contigo.

01

Consistencia

Publicar aunque no tengas inspiración. La audiencia aprende a esperarte.

Creadores que publican 3x/semana crecen 2x más rápido

Hootsuite, 2025

02

Conversación

Responder comentarios es contenido en sí mismo.

El 71% sigue a creadores que responden

Sprout Social, 2025

03

Identidad compartida

Tu audiencia debe sentir que pertenece a algo más grande que un feed.

Comunidades activas convierten 5x más que audiencias pasivas

HubSpot, 2025

04

Valor antes de pedir

Dar antes de vender. La confianza se construye en capas.

El contenido de confianza genera 3x más engagement

Edelman Trust, 2025

El camino: de desconocido a comunidad

4 etapas. En cada una, la audiencia decide si avanza o se va.

1

Te descubren

Llegar

Contenido claro, título que responde una pregunta, propuesta de valor visible en el perfil.

2

Te prueban

Retener

Calidad consistente, estructura reconocible, cumplir la promesa del título.

3

Te eligen

Conectar

Responder comentarios, mostrar detrás de cámaras, invitar a participar.

4

Te defienden

Fidelizar

Reconocer a tu comunidad, co-crear contenido, crear sentido de pertenencia.

La mayoría de los creadores se quedan en la etapa 1 y 2 porque no invierten en las etapas 3 y 4.

Ahora llegamos al producto del módulo —

El Manifiesto de Marca Personal

No es un CV. No es una bio de Instagram.

Es la declaración de quién eres, para quién creas y por qué importa.

[Primero: un ejemplo real →](#)

Ejemplo comentado: Manifiesto de Erick Abarca · Thrzo

Cada línea tiene una decisión detrás.

HISTORIA

"Soy creador de contenido desde hace 17 años en El Salvador."

Historia de origen. Ancla la credibilidad y la geografía.

PROPUESTA

"Creo para emprendedores y creadores que quieren construir algo propio con creatividad y propósito."

Propuesta de valor. Nicho + necesidad en una línea.

DIFERENCIADOR

"Mi diferenciador es combinar beatbox, estrategia digital e IA en un punto de vista que nadie más tiene."

El ¿cómo tú? Es concreto, no genérico.

PROPÓSITO

"Creo porque quiero demostrar que el talento local puede competir globalmente."

Propósito. Más allá del dinero. Conecta emocionalmente.

COMUNIDAD

"Mi comunidad son los que eligen crear en vez de consumir."

Identidad compartida. Invita a pertenecer a algo.

Los 5 elementos del Manifiesto

Cada uno viene de algo que ya trabajaste hoy.

1

Mi historia

¿Quién soy y de dónde vengo?

Alimentado por: Del mini-taller de storytelling

2

Mi propósito

¿Para qué creo, más allá del dinero?

Alimentado por: Del Mapa Personal del Módulo 1

3

Mi propuesta de valor

¿Qué ofrezco y a quién?

Alimentado por: Del ejercicio de propuesta + feedback

4

Mi tono y estilo

¿Cómo me comunico? ¿Cómo me ve la audiencia?

Alimentado por: Del moodboard + identidad visual

5

Mi comunidad

¿A quién sirvo y qué les prometí?

Alimentado por: Del funnel: desconocido → comunidad

ACTIVIDAD FINAL

Escribe tu Manifiesto

20 minutos individuales.

No tiene que ser perfecto.

Tiene que ser honesto.

Usa tus notas de los ejercicios de hoy

Escríbelo en primera persona

Máximo una página · Mínimo 5 oraciones

Tu Manifiesto de Marca Personal

— [tu nombre] —

1

Mi historia

¿Quién soy y de dónde vengo?

2

Mi propósito

¿Para qué creo?

3

Mi propuesta de valor

¿Qué ofrezco y a quién?

4

Mi tono y estilo

¿Cómo me comunico?

5

Mi comunidad

¿A quién sirvo?

Revisión entre pares

La marca se fortalece cuando alguien externo la escucha.

¿Cómo funciona?

1

Voluntario lee su
Manifiesto en voz alta (2
minutos)

2

El grupo escucha sin
interrumpir ni tomar
notas

3

Cada participante escribe
UNA frase de devolución

4

3 personas comparten su
frase · El voluntario solo
escucha

La frase de devolución:

"Cuando escuché tu Manifiesto, lo que más me resonó fue _____. Y me pregunto _____"

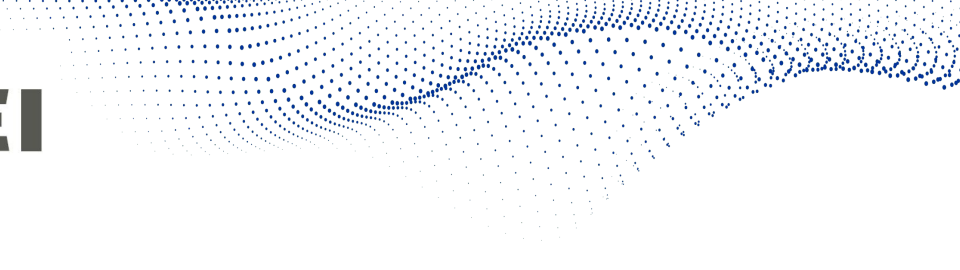
Esto toma ~15 minutos para 2–3 voluntarios. Es el momento de más valor del módulo — dale el tiempo.

Para cerrar el módulo —

Tu marca eres tú. No tu logo. No tu feed.

El Manifiesto que escribiste hoy es el punto de referencia al que vuelves cada vez que el contenido pierde el rumbo.

→ **Guárdalo. Actualízalo cada 6 meses.**



Alice Lardé

Conexión Creativa con **MIPYME+Educación**

