



República Bolivariana de Venezuela
Universidad Monteávila
Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información
Escuela de Comunicación Social

Podcast ¿Cómo crear tu marca personal?

Autor:

Orianna Perez

Asesor:

Jennifer López

Caracas, 13 de junio de 2025

Derecho de autor

Quien suscribe, en condición de autora del trabajo titulado “Cómo crear tu marca personal” declara que cedo a título gratuito, y en forma pura y simple, ilimitada e irrevocable a la Universidad Monteávila, los derechos de autor de contenido patrimonial que me corresponden sobre el presente trabajo. Conforme a lo anterior, esta cesión patrimonial sólo comprenderá el derecho para la Universidad de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla o reproducirla en la oportunidad que ella así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar mis intereses y derechos que me corresponden como autor de la obra antes señalada. La Universidad en todo momento deberá indicar que la autoría o creación del trabajo corresponde a mi persona, salvo los créditos que se deban hacer a la tutora o cualquier tercero que haya colaborado o fuere hecho posible la realización de la presente obra.

Autora: Orianna Pérez



C.I. 29.827.980

En la ciudad de Caracas a los 13 días del mes de Junio de 2025

Dedicatoria

A mi mamá, por ser mi impulso y mi refugio.

Gracias por enseñarme a soñar sin miedo, a levantarme con fuerza y a creer en mí incluso en los momentos en que yo dudaba.

Todo lo que soy y todo lo que estoy construyendo tiene tu amor como base.

Esta meta también es tuya.

Te amo con todo mi corazón.

Agradecimientos

Con el corazón lleno de gratitud, quiero dar las gracias a todas las personas que hicieron posible que este proyecto se convirtiera en realidad. Cada palabra, cada gesto de apoyo, cada conversación, fueron parte fundamental de este camino.

Gracias a Kavo Creativo, por abrirme las puertas de su estudio y brindarme un espacio donde pude materializar mis ideas con profesionalismo y pasión.

Gracias de corazón a cada invitado que decidió sumarse a este proyecto, por creer en él y por compartir su tiempo, su historia y su energía.

Y gracias, con todo mi amor, a mi Mamá, mi mayor inspiración y mi fuerza más grande. Desde que estaba en el colegio me enseñaste a soñar en grande, a no rendirme, y a poner el alma en todo lo que hago. Este logro te pertenece tanto como a mí.

Este trabajo no es un cierre, es el inicio. El primer paso de un camino largo, desafiante y hermoso. Tengo muchos sueños por cumplir, y gracias a todo este proceso, hoy estoy más cerca de ellos.

Indice

Derecho de autor	1
Dedicatoria	2
Agradecimientos	3
Indice	4
Resumen	5
Presentación del proyecto	6
El podcast y la era digital	6
Instagram y TikTok como plataformas de promoción	9
YouTube, Spotify y Apple Podcast como medios de difusión	10
Modalidad	11
Motivación	11
Justificación	11
Objetivos	12
Objetivo general	12
Objetivos específicos	12
Estrategia	12
Manual de producción	15
Preproducción	15
Antecedentes	16
Público objetivo	18
Modalidad	18
Elemento diferenciador	19
Ficha técnica	19
Planificación de cada episodio	20
Estructura	22
Producción	23
Desglose de producción	23
Plan de grabación	23
Informe de equipos	23
Permisos	23
Hoja de llamado	24
Postproduccion	25
Pieza audiovisual	25
Conclusiones	27
Recomendaciones	28
Referencias bibliográficas	29



República Bolivariana de Venezuela
Universidad Monteávila
Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información
Escuela de Comunicación Social

Podcast *¿Cómo crear tu marca personal?*

Autor: Orianna Perez

Asesor: Jennifer López

Junio 2025

Resumen

El podcast *¿Cómo crear tu marca personal?* Es una propuesta comunicacional dirigida a jóvenes adultos interesados en posicionarse profesionalmente en el entorno digital. En seis episodios de 15 minutos cada uno, se exploran estrategias prácticas, experiencias reales y herramientas clave para construir y potenciar una marca personal auténtica. El proyecto surge como respuesta a la necesidad de orientación frente al crecimiento de las redes sociales como espacios de visibilidad profesional. A través de entrevistas con expertos y creadores de contenido, se abordan temas como el propósito, el storytelling, la creación de contenido y la evolución de la marca personal. La producción combina un enfoque educativo y motivacional, con una edición dinámica y una estrategia de difusión orientada al público digital, utilizando plataformas como Spotify, YouTube, Apple Podcasts, Instagram.

Palabras clave: marca personal, redes sociales, branding digital, podcast, visibilidad profesional, contenido estratégico.

Presentación del proyecto

El podcast y la era digital

La era digital ha transformado la manera en que las personas se comunican, interactúan y construyen sus identidades. En este contexto, la marca personal se ha consolidado como un elemento clave para destacar en un mercado cada vez más competitivo. Con el auge de plataformas como Instagram y TikTok, ha surgido la necesidad de comprender cómo estos espacios pueden ser aprovechados para potenciar la visibilidad de los individuos y, en consecuencia, su carrera profesional.

El podcast se ha consolidado como una herramienta poderosa en el mundo digital, permitiendo a los creadores de contenido compartir de manera masiva sus vivencias más personales. Según McHugh (2020), el *podcasting* ofrece una oportunidad para expresar ideas de manera profunda y conectar directamente con una audiencia interesada, ya que puede disfrutar conversaciones y entrevistas que abordan temas amplios, lo que lo convierte en un medio ideal para generar una conexión genuina con el público.

La marca personal juega un papel fundamental en este contexto, ya que permite a los individuos destacar sus valores, experiencias y habilidades únicas en un mercado saturado, construyendo una identidad auténtica que resuene con su audiencia (Montoya & Vandehey, 2008).

Es por eso que, para el proyecto **¿Cómo crear tu marca personal?** se decidió realizar un podcast que ofrezca una guía práctica y accesible para desarrollar y gestionar la identidad profesional de cualquier persona en una era completamente digital, ya que una amplia cantidad de personas van a poder escuchar y aprender de la importancia de la marca personal en las redes sociales/entorno digital de una manera más fácil, rápida y sencilla.

Por otro lado, el marketing digital se ha convertido en la clave para promover estos proyectos, aprovechando estrategias y plataformas online para aumentar la visibilidad, atraer seguidores y generar una comunidad comprometida (Chaffey, 2020).

Al combinar estos elementos, elegir el formato de podcast como proyecto permite no solo crear contenido de valor, sino también fortalecer una marca personal sólida y aprovechar las herramientas digitales para expandir su alcance.

Cada capítulo ofrecerá una conversación profunda y reveladora, permitiendo a los oyentes conocer no solo las estrategias que han puesto en práctica los expertos/creadores de contenido invitados, sino también los desafíos que han enfrentado en su camino. Estas historias ofrecerán una visión integral sobre cómo se puede construir una marca personal auténtica.

En la sociedad contemporánea la lectura ha cedido terreno al consumo rápido de contenido visual y auditivo, lo que hace que muchas personas no lean o solo lean superficialmente (Edison Research, 2021). Dado esto, el podcast se presenta como una alternativa atractiva, permitiendo a la audiencia acceder a contenido relevante mientras realizan otras actividades, lo que lo convierte en una opción ideal para transmitir información de manera accesible y efectiva. Este proyecto no solo busca inspirar a aquellos que desean fortalecer su imagen, sino también ofrecer herramientas prácticas y consejos valiosos que puedan ser aplicados en el día a día.

El podcast no solo proporciona información, sino que también permite establecer una conexión emocional con los oyentes a través de un formato conversacional. Según McHugh (2020), los podcasts ofrecen una oportunidad única para que los oyentes se conecten con las experiencias y consejos de los entrevistados, lo que favorece la resonancia emocional y la creación de un vínculo más cercano con el contenido. La personalidad de los entrevistados y sus historias auténticas pueden inspirar y motivar a la audiencia, lo que contribuye a una experiencia más rica y envolvente.

Además del tema y tópico del que se está hablando, la edición dinámica del podcast juega un papel crucial en mantener el interés de la audiencia. A través de la manipulación creativa de los elementos sonoros, como música, efectos, tomas de apoyo y transiciones, se puede hacer que cada episodio sea más entretenido y fluido, evitando la monotonía y haciendo que el contenido sea memorable. Según Chaffey (2020), la edición estratégica es una de las claves para crear un podcast atractivo que

capte y mantenga la atención del oyente, lo que hace que el formato sea no solo educativo, sino también entretenido y dinámico.

Este formato se adapta perfectamente a los hábitos actuales de consumo de información. Ofrece la ventaja de combinar la educación con el entretenimiento, creando una experiencia de aprendizaje inmersiva y accesible, mientras permite conectar con una audiencia que busca contenidos relevantes, flexibles y dinámicos. A través de este enfoque, se logra mantener la atención de los oyentes y fomentar un vínculo más cercano con los temas tratados, lo que facilita el crecimiento y la consolidación de una marca personal.

En la actualidad, muchas personas desean desarrollar una identidad profesional sólida, pero se enfrentan a la dificultad de no saber por dónde comenzar. A pesar del creciente interés por la construcción de una marca personal, el proceso sigue siendo un misterio para una gran parte de la población, que a menudo se siente abrumada por la cantidad de información disponible y la falta de claridad en cuanto a los pasos a seguir (Montoya & Vandehey, 2008).

Según un estudio de *LinkedIn* (2022), el 80% de los profesionales creen que tener una marca personal fuerte es fundamental para destacarse en el mercado laboral, pero la mayoría de ellos no sabe cómo empezar a construirla.

Uno de los principales obstáculos radica en la falta de una estrategia clara. Este vacío de información puede generar frustración y retrasar el progreso, lo que a menudo lleva a la paralización. Además, la tendencia de la sociedad a valorar la inmediatez y los resultados rápidos hace que muchos subestimen el esfuerzo a largo plazo que implica construir una marca personal auténtica y coherente (Chaffey, 2020).

Este proyecto busca, precisamente, ayudar a quienes se sienten perdidos en el proceso. Al ofrecer una guía práctica y accesible, se pretende aclarar los pasos fundamentales para construir una marca personal sólida, desde la autoevaluación inicial hasta la estrategia de comunicación y la gestión de redes sociales. De esta manera, se ofrece una herramienta que, no solo informa, sino que también motiva a la

acción, proporcionando un enfoque claro y estructurado para quienes desean destacar en su campo pero no saben por dónde empezar.

Instagram como plataformas de promoción

Para maximizar el alcance del podcast, se utilizará Instagram como principal canal publicitario ya que, como explica Milán (2025), los formatos únicos de estas plataformas se adaptan a diversas estrategias de marketing, ya que las marcas, personales o empresariales, buscan un compromiso rápido y concientización rápida, algo que los videos breves ambas plataformas fomentan la participación, con el uso de tendencias y desafíos, estableciendo rápidamente una presencia de marca.

Además, los diversos tipos de contenido de Instagram y TikTok ofrecen versatilidad y permiten a las personas contar su historia de múltiples maneras. Esta gran capacidad de segmentación, enfoque visual y su alto nivel de interacción con el público joven-adulto permite crear una identidad visual coherente con la marca del podcast, generar expectativa mediante reels, historias y carruseles, así como establecer una relación cercana con la audiencia a través de comentarios y mensajes directos.

Es importante destacar que, según un estudio de Statista (2025), tanto en Instagram como TikTok mantienen una base de usuarios activos de aproximadamente 3.840 millones de personas (Instagram: 2.000 millones de usuarios). Estos datos justifican el uso de Instagram y TikTok como las redes sociales ideales para promocionar y publicitar el podcast, poniendo en práctica, además de los conocimientos aprendidos durante la universidad, lo conversado con los expertos sobre cómo potenciar tu marca personal en un entorno digital.

YouTube, Spotify y Apple Podcast como medios de difusión

En cuanto a la distribución del podcast, se han seleccionado Spotify, YouTube y Apple Podcasts como plataformas principales por su popularidad, accesibilidad y alcance global.

Spotify es una aplicación que fue lanzada en 2008 por una empresa sueca del mismo nombre, cuyo objetivo principal es la reproducción de música vía streaming. La aplicación cuenta con más de 100 millones de canciones, 7 millones de podcasts y 350 mil audiolibros, que son disfrutados por aproximadamente 678 millones de usuarios alrededor del mundo (Spotify Newsroom, 2025),

Spotify es una de las aplicaciones de audio más utilizadas a nivel mundial, especialmente entre las generaciones más jóvenes, y permite una experiencia fluida tanto en dispositivos móviles como de escritorio y, como escribe Giraldo (2020), ya que te permite tener un posicionamiento estratégico para tu marca, las personas pueden acceder fácilmente desde cualquier dispositivo, y existe la oportunidad para llegar a más y nuevos oyentes alrededor del mundo gracias a su fácil distribución.

YouTube, por su parte, siendo una empresa que forma parte de Google, cualquier persona puede acceder a ella utilizando su cuenta de Google. Además, ofrece la posibilidad de añadir una dimensión visual al podcast, lo que incrementa el tiempo de visualización y el engagement del público, incluso si se trata de versiones animadas o subtituladas del contenido auditivo.

Adicionalmente, un estudio realizado por Cumulus Media Inc. (2022) explica que YouTube es una de las plataformas más populares para publicar y compartir podcasts. Es decir, publicar este programa también en YouTube permitirá aumentar el alcance y la visibilidad, aprovechando la enorme base de usuarios de la aplicación. Además, la plataforma facilita la creación de versiones audiovisuales de los podcasts, lo que puede atraer a una audiencia más amplia.

Finalmente, Apple Podcasts es un servicio de *streaming* desarrollado y publicado en 2005 por Apple para sus dispositivos, donde los usuarios pueden descubrir, suscribirse y reproducir miles de podcasts en una amplia variedad de categorías y temas, ofreciendo la posibilidad de suscribirse a programas y canales para acceder a contenido premium y beneficios exclusivos (Apple.com, s.f).

A pesar de que en la actualidad hay muchas aplicaciones alternativas para la publicación y distribución de podcasts, Apple Podcasts sigue siendo una plataforma clave entre usuarios de dispositivos iOS, con una base sólida de oyentes fieles que valoran la calidad del contenido.

La presencia en estas tres plataformas garantiza una mayor visibilidad, diversidad de formatos y adaptabilidad a los distintos hábitos de consumo de contenido digital, permitiendo también crear una base de seguidores fieles en todas las plataformas gracias a la publicidad en las redes sociales.

Modalidad

Una producción de contenido audiovisual (podcast) para presentar una guía práctica y accesible para desarrollar y gestionar la identidad profesional de cualquier persona en una era completamente digital.

Motivación

La visibilidad en las redes sociales se ha vuelto esencial para el desarrollo profesional. Estas plataformas permiten destacar talentos, habilidades y valores personales. Sin embargo, muchas personas no saben cómo comenzar a construir una presencia coherente y auténtica en estos espacios.

Este podcast nace como una respuesta a esa necesidad, con la intención de acompañar, inspirar y guiar a quienes desean proyectar su mejor versión al mundo digital y darles las herramientas necesarias para mantenerse vigente en las redes sociales.

Justificación

En un entorno laboral altamente competitivo y dinámico, contar con una marca personal sólida se ha vuelto una ventaja estratégica. A pesar de la abundante información sobre este tema, muchos usuarios sienten que los contenidos disponibles son dispersos, teóricos o poco aplicables a su realidad.

Este proyecto busca tener un enfoque práctico, accesible y basado en experiencias reales, presentadas en un formato auditivo ameno y flexible, brindando herramientas concretas, ejemplos reales y estrategias aplicables, se busca democratizar el conocimiento sobre marca personal y facilitar su implementación para una audiencia amplia y diversa.

Objetivos

Objetivo general

Brindar orientación práctica y accesible sobre la construcción y fortalecimiento de la marca personal a través de un podcast, utilizando experiencias reales, estrategias digitales y herramientas útiles adaptadas al entorno actual de redes sociales.

Objetivos específicos

1. Explorar las bases conceptuales de la marca personal y su importancia en el contexto profesional y digital contemporáneo.
2. Presentar estrategias prácticas y efectivas para definir, construir y comunicar una marca personal auténtica a través de plataformas como Instagram, TikTok y LinkedIn.
3. Motivar e inspirar a los oyentes mediante entrevistas con profesionales y creadores de contenido que han logrado posicionarse en el entorno digital, destacando sus retos, aprendizajes y claves del éxito.

Estrategia

La producción del podcast comenzará con una fase de investigación exhaustiva para determinar los temas más relevantes y actuales sobre marca personal. A continuación, se procederá a la selección de los expertos entrevistados, en este caso ya se tienen, Ivan Puerta, Maryester Silva, Kco Carmona, Jr. Junior y Amanda Lucci, profesionales destacados en sus respectivas áreas.

Las entrevistas se estructuraron con preguntas abiertas que permitan a los invitados compartir su experiencia y consejos en un formato fluido y natural, para garantizar una conversación enriquecedora que aporte valor al oyente. En cuanto a la parte técnica, se priorizará la calidad de la grabación tanto en audio como en video, con el objetivo de asegurar una experiencia agradable para la audiencia, especialmente al distribuir el contenido en plataformas audiovisuales como YouTube, además de las plataformas de podcasting como Spotify y Apple Podcasts.

La fase de post-producción consistirá en la edición de cada episodio, ajustando el contenido para mantener un ritmo ágil y efectivo dentro del tiempo estipulado de 10 a 20 minutos. Esto incluirá la incorporación de elementos visuales como gráficos, subtítulos y transiciones que complementen y refuercen la información presentada, especialmente en la versión audiovisual.

En paralelo a la producción, se implementará una estrategia de marketing y promoción para maximizar el alcance del podcast. Esto incluirá la creación de contenido promocional para redes sociales, como fragmentos de video, citas destacadas de los episodios y publicaciones interactivas para incentivar la participación de la audiencia, en redes sociales como Instagram. Se fomentará la colaboración con los expertos entrevistados para que promuevan los episodios en sus propias plataformas, ampliando así el alcance y la visibilidad del proyecto. Además, se desarrollará un plan de distribución a través de un boletín de correo electrónico, para mantener a los oyentes informados sobre nuevos episodios y fomentar la suscripción. Para asegurar la visibilidad en plataformas de búsqueda, se optimizarán los metadatos de cada episodio, asegurando que el contenido sea fácil de encontrar por los oyentes interesados en temas de desarrollo personal y branding.

Finalmente, el éxito del proyecto será medido a través de indicadores clave de rendimiento (KPIs), tales como el número de descargas, reproducciones, interacciones en redes sociales y crecimiento de la base de suscriptores. Se recopilará retroalimentación de la audiencia a través de encuestas y comentarios, lo que permitirá ajustar el contenido y mejorar los episodios futuros, asegurando que el podcast se

mantenga relevante y atractivo para su público objetivo a lo largo del tiempo. El proyecto busca no solo educar y empoderar a los oyentes, sino también crear una comunidad de personas interesadas en potenciar su marca personal de manera auténtica y estratégica.

Manual de producción

Preproducción

¿Cómo crear tu marca personal? Es un podcast consta de seis episodios donde se les ofrece a los oyentes una guía práctica y accesible para desarrollar y gestionar su identidad profesional en el entorno digital actual. Cada episodio tiene una duración de 10 a 20 minutos, donde se abordaron temas clave relacionados con la construcción de una marca personal sólida.

A través de entrevistas con expertos de diversas disciplinas, como branding personal, redes sociales, comunicación, y marketing digital, se proporcionaron herramientas y estrategias que los oyentes pueden aplicar en su propio proceso de creación de marca. Cada episodio se centró en un aspecto específico del branding personal, con un enfoque práctico y accesible, para asegurar que la audiencia se lleve consejos concretos y aplicables.

En esta etapa, se realizaron los siguientes pasos para poder llevar a cabo el proyecto de forma exitosa:

- Establecer el objetivo, el público objetivo y el formato del podcast.
- Recopilar información y recursos sobre marca personal y temas relacionados
- Identificar y contactar a expertos para participar en cada episodio.
- Escribir guiones y definir la estructura de cada episodio.
- Organizar fechas y lugares para la grabación de episodios.
- Confirmar la participación de los expertos.
- Verificar y preparar todo el equipo de grabación necesario.
- Crear expectativa en redes sociales y otras plataformas sobre el podcast.

Antecedentes

A lo largo de este proyecto se revisaron los siguientes trabajos, que permitieron sentar mejor las bases de este podcast:

La marca personal como elemento decisorio de un buen maestro - Camila Cortés-Arévalo, Santiago Sánchez-Sáenz y Antonio Alonso-González.

Esta tesis explora cómo la construcción de una marca personal sólida puede ser clave para el éxito de un docente. Los autores argumentan la importancia de la autenticidad, coherencia y liderazgo en la construcción de la marca personal. Además, el manejo adecuado de la reputación, tanto online como offline, y la creación de relaciones de confianza son fundamentales para un buen desempeño profesional.

Analizando el autoconcepto y la imagen: aplicación del mapa mental a la construcción de la marca personal - Eva García Montero y Marián de la Morena Taboada

Este trabajo, presentado en la Universidad Camilo José Cela de España, explora la relación entre el autoconcepto individual y la percepción externa en la construcción de la marca personal. Los autores analizan cómo los mapas mentales pueden ser herramientas efectivas para visualizar y estructurar ideas relacionadas con la identidad personal y profesional. La investigación destaca la importancia de comprender el autoconcepto como un factor clave en la manera en que una persona se presenta y se percibe en el entorno laboral y social. A través de este enfoque, la tesis proporciona un marco práctico para el desarrollo de estrategias que fortalezcan la marca personal, facilitando así una mejor conexión entre la autoimagen y la imagen proyectada hacia los demás.

Aplicación del autoconcepto al desarrollo de la marca personal. Análisis comparativo entre estudiantes internacionales - Eva García Montero, Marián de la Morena Taboada y África Presol Herrero

La investigación, presentada en la Universidad Camilo José Cela, examina cómo el autoconcepto influye en la construcción de la marca personal en diversas culturas y proporciona *insights* sobre cómo las diferencias culturales pueden modificar las estrategias de desarrollo de la marca personal, sugiriendo que una comprensión más profunda del autoconcepto puede facilitar una mejor adaptación y éxito en entornos globales.

Gestión de marca. Creación de una marca personal: 'Carmen Malvárez. Diseño y Publicidad' - Carmen Malvárez Nieto e Isabel Rodrigo Marón

Esta investigación aborda el proceso de desarrollo y gestión de una marca personal en el ámbito del diseño y la publicidad, explorando las estrategias y técnicas utilizadas para construir una identidad de marca sólida y reconocible, centrándose en la importancia de la coherencia entre la imagen personal y la propuesta de valor. A través de un enfoque práctico, se analizan los elementos clave que contribuyen al éxito de la marca personal, incluyendo la comunicación visual, la diferenciación en el mercado y la conexión emocional con el público objetivo.

Creación y gestión del valor de marca personal: Personal branding y adaptación al nuevo escenario laboral contemporáneo - Sergio López Salas y Mariano Urraco Solanilla

Este trabajo de grado proporciona una base teórica y práctica sólida. Los conceptos de adaptación al nuevo entorno laboral, la creación estratégica de la marca personal, la importancia de la autenticidad y la visibilidad, y la gestión de la reputación son elementos que permitirán construir una marca que marque pauta, diferencie y posicione como un profesional relevante y valioso. La tesis refuerza la idea de que la marca personal es un activo que requiere estrategia, consistencia y actualización continua para mantenerse competitiva. Al aplicar estos principios se podrá generar un impacto duradero en los espectadores.

Público objetivo

El podcast ¿Cómo crear tu marca personal? Está diseñado para una audiencia amplia interesada en desarrollar y gestionar su identidad profesional en el entorno digital actual, ya que al ofrecer una guía práctica y accesible para desarrollar una identidad en el entorno digital, destacando la imagen y el éxito en las redes sociales.

Principalmente, este podcast está diseñado para las personas que viven en Caracas y formen parte de la clase media alta, entre los 18 y 28 años de edad que quieran destacar en el entorno de las redes sociales.

Este proyecto tiene como objetivo inspirar a los oyentes a reflexionar sobre su propia identidad y cómo pueden proyectarla en sus respectivas carreras, convirtiéndose en un recurso valioso para quienes desean fortalecer su marca personal y destacarse en un entorno profesional en constante evolución

Modalidad

Este proyecto es un podcast audiovisual donde se busca explicar, de manera sencilla y práctica, la importancia de vender una buena imagen y marca personal, ya que, en un contexto donde la imagen y la percepción son fundamentales para el éxito profesional, surge la necesidad de explorar cómo diferentes individuos han desarrollado y gestionado su marca personal en diversas industrias.

Es por ello que se ha investigado a profundidad acerca de la creación de marca personal para poder desarrollar el podcast de la forma más amena y completa posible. Este enfoque permitirá no solo compartir experiencias y consejos prácticos, sino también inspirar a los oyentes a reflexionar sobre su propia identidad y cómo pueden proyectarla en sus respectivas carreras.

Al integrar diversas perspectivas, se aspira a que este proyecto llegue a convertirse en un recurso valioso para quienes desean fortalecer su marca personal y destacarse en un entorno profesional en constante evolución.

Elemento diferenciador

Este podcast tiene como objetivo explorar las estrategias y experiencias de personajes destacados en el mundo digital. Constará de seis capítulos, cada uno de 15 minutos centrado en un invitado diferente, donde se abordarán temas como el crecimiento en redes sociales, la construcción de una comunidad sólida y las técnicas efectivas para monetizar la presencia online.

Cada capítulo ofrecerá una conversación profunda y reveladora, permitiendo a los oyentes conocer no solo las estrategias que han llevado al éxito a nuestros invitados, sino también los desafíos que han enfrentado en su camino. Estas historias ofrecerán una visión integral sobre cómo se puede construir una marca personal auténtica.

Este proyecto no solo busca inspirar a aquellos que desean fortalecer su imagen, sino también ofrecer herramientas prácticas y consejos valiosos que puedan ser aplicados en el día a día.

Ficha técnica

Titulo	¿Cómo crear tu marca personal?
Director, productor, guionista, ancla y editor	Orianna Pérez
Locación	Kavo Creativo
Canal de difusión	YouTube. Publicidad en Instagram
Tipo de narrativa	Análisis y lenguaje coloquial

Planificación de cada episodio

El podcast, como se mencionó anteriormente, consta de cinco episodios de 150 a 20 minutos cada uno, adicional a uno introductorio para dar un abreboca del proyecto. Los temas que se manejaron durante cada capítulo fueron:

1. Introducción a la Marca Personal

- a. Tema: Qué es la marca personal, su importancia en el mundo actual y cómo puede influir en la carrera profesional y personal.
- b. Objetivo: Definir qué es una marca personal y desmitificar el concepto. La audiencia entenderá por qué todos deberían crear una marca personal, incluso si no son emprendedores o influencers.

2. Episodio 1: Humor en redes sociales

- a. Tema: El poder del humor en redes sociales: cómo reír, conectar y ayudar a los demás
- b. Entrevistado: Creador de contenido e influyente en redes sociales, conocido por su capacidad para hacer reír a miles de personas diariamente. Con una personalidad digital carismática y auténtica, utiliza el humor no solo como entretenimiento, sino como una herramienta para generar bienestar emocional, conexión genuina con su audiencia y reflexión sobre temas cotidianos. En esta entrevista, exploramos cómo el humor puede convertirse en el núcleo de una marca personal con propósito.
- c. Objetivo: Comprender cómo el humor puede convertirse en una herramienta poderosa para construir una marca personal auténtica en redes sociales, generando conexión emocional, impacto positivo y un propósito claro que trascienda el entretenimiento.

3. Episodio 2: ¿Cómo es el rubro gastronómico?

- a. Tema: Gastronomía con identidad: el arte de posicionarte en un mercado competitivo.
- b. Entrevistado: Empresario gastronómico, dueño de reconocidos restaurantes, presidente de la Cámara de Restaurantes, asesor estratégico en el sector y conferencista internacional. Con una presencia digital sólida y una marca personal bien definida, combina su experiencia en el negocio culinario con una visión inspiradora. A través de su contenido y liderazgo, ayuda a profesionales y emprendedores del rubro a encontrar su propósito, destacarse en un mercado competitivo y conectar con su audiencia desde la autenticidad.
- c. Objetivo: Conocer las claves para construir una marca personal sólida en el ámbito gastronómico, basada en el propósito, la experiencia y el valor diferencial, aplicable tanto a emprendedores como a profesionales del sector que buscan posicionarse con identidad propia.

4. Episodio 3: El marketing y tú...

- a. Tema: Estrategia, marca personal e inteligencia artificial: cómo destacar en la era digital.
- b. Entrevistado: Kco Carmona, experto en marketing, estrategia de marcas personales y conferencista.
- c. Objetivo: Explorar cómo la inteligencia artificial, aplicada estratégicamente al marketing y la marca personal, puede ayudar a definir una identidad clara, automatizar procesos clave y generar mayor impacto en la audiencia, sin perder autenticidad ni conexión humana.

5. Episodio 4: La TV y las redes sociales

- a. Tema: De la pantalla al feed: cómo conectar audiencias desde la TV hasta las redes sociales
- b. Entrevistado: Maryesther Silva, reconocida host de televisión y creadora de contenido digital. Con una carrera sólida en medios tradicionales y una presencia activa en plataformas digitales, ha sabido adaptarse a los cambios del ecosistema mediático sin perder autenticidad. Maryesther representa una nueva generación de comunicadoras que dominan ambos mundos: el formalismo de la TV y la espontaneidad del contenido digital.
- c. Objetivo: Analizar cómo los profesionales de medios pueden construir una marca personal coherente y potente al integrar estrategias de televisión y redes sociales, aprovechando las fortalezas de cada formato para conectar con audiencias diversas y en constante evolución.

6. Episodio 5: ¿Hacia dónde quieres ir?

- a. Tema: Narrar tu historia, construir tu marca: el periodismo como base de una identidad auténtica.
- b. Entrevistado: Amanda Lucci es periodista, escritora y una voz destacada en el universo de la marca personal. Su trabajo combina la precisión del periodismo con la intención estratégica del branding. Su enfoque va más allá de fórmulas: busca que cada persona se reconozca y se posicione desde la verdad. Un experto en gestión de marcas personales o un emprendedor exitoso que haya sabido evolucionar su propia marca.
- c. Objetivo: Inspirar a los oyentes a descubrir el poder de su propia narrativa como base para una marca personal genuina, explorando herramientas del periodismo, la escritura y la comunicación estratégica para comunicar quiénes son.

Estructura

Antes de empezar con las grabaciones y determinar a los invitados del podcast, se realizó una fase de investigación exhaustiva para determinar los temas más relevantes y actuales sobre marca personal. Al concluir esta fase, y de acuerdo a los temas escogidos, se contactó y confirmaron a los invitados. Los expertos que confirmaron fueron Iván Puerta, Kco Carmona, Maryesther Silva, Jr. Junior, Amanda Lucci, profesionales destacados en sus respectivas áreas.

Las entrevistas se estructuraron con preguntas abiertas que permitieron a los expertos compartir su experiencia y consejos en un formato fluido y natural, para garantizar una conversación enriquecedora que aporte valor al oyente. En cuanto a la parte técnica, se priorizaron la calidad del audio y del video, con el objetivo de asegurar una experiencia agradable para la audiencia, especialmente al distribuir el contenido en plataformas audiovisuales como YouTube, y promocionar el proyecto a través de instagram.

Cada episodio está estructurado en tres partes: introducción, desarrollo y cierre. En la introducción se da la bienvenida al espectador y se presenta el programa junto con el invitado (duración: 1 minuto aproximadamente). En el desarrollo se inició la conversación con el experto para profundizar sobre cómo se puede crear una marca personal de manera exitosa, con el objetivo de poder tener una conversación cercana pero informativa (duración: 10 a 20 minutos aproximadamente). En el cierre, se realizó una reflexión junto con el invitado sobre los temas y subtemas manejados durante el episodio.

Producción

Desglose de producción

Proyecto	Podcast ¿Cómo crear tu marca personal?
Fechas de rodaje	14 de mayo
	15 de mayo

	16 de mayo
	17 de mayo
Locación	Kavo Creativo

Plan de grabación

	Fecha	Lugar	Episodio
Día 1	14 de mayo	Kavo Creativo	Ep. 1
Día 2	15 de mayo	Kavo Creativo	Ep. 2
Día 3	16 de mayo	Kavo Creativo	Ep. 3 y 4
Día 4	17 de mayo	Kavo Creativo	Ep. 5

Informe de equipos

Se utilizaron luces y un trípode que fueron prestados por Kavo Creativo, el estudio de fotografía y video donde se realizó el proyecto. Se usó un iPhone 14 Pro Max para la grabación de cada episodios.

Permisos

Se realizó un intercambio publicitario estilo patrocinio con Kavo Creativo, un estudio de fotografía y video en Manzanares.

Hoja de llamado

Podcast ¿Cómo crear tu marca personal?	
Director, productor, guionista, ancla y editor	Orianna Perez
Locación	Kavo Creativo

Días de grabación (fecha y hora)	Día 1	14 de mayo
	Día 2	15 de mayo
	Día 3	16 de mayo
	Día 4	17 de mayo
Capítulos	Ep. 1	Humor en redes sociales
	Ep. 2	¿Cómo es el rubro gastronómico?
	Ep. 3	El marketing y tú
	Ep. 4	La TV y las redes sociales
	Ep. 5	¿Hacia dónde quieres ir?
	INTRO	EPISODIO PROMOCIONAL DEL PODCAST
Entrevistados	• Iván puerta (conferencistas, dueño de restaurantes, asesor de negocios y restaurantes, presidente de la cámara de restaurantes) • Amanda Iucci (periodista, con un libro de Marca personal) • Mayesther Silva (TV Host y periodista) • KCO Carmona (Marketero) • Jr Junior Show (Humorista)	

Postproduccion

Luego de terminar la grabación de todos los episodios del podcast, se inició el proceso de edición y de revisión del material en crudo. Para ello, se llevaron a cabo los siguientes pasos:

- Escuchar los episodios editados y realizar ajustes finales si es necesario.
- Subir los episodios a plataformas de podcast y distribuirlos.
- Implementar una campaña de marketing para promocionar cada episodio.
- Recoger opiniones de la audiencia y evaluar el impacto de los episodios.
- Definir temas y calendario para futuras temporadas o episodios especiales.

Para la edición del podcast se utilizó Cap Cut por su facilidad y versatilidad de herramientas que ofrece, lo que permitió crear un programa

Pieza audiovisual

Link del canal: <https://youtube.com/@conoceconori?si=41Urlq4fWDhqzelm>

- Introducción: https://youtu.be/VuMzi89glpk?si=5ALRm6_DX8TbMvWD
- Episodio 1: <https://youtu.be/xelZqnuQIE0?si=cUM1hUgWB3bvcxZW>
- Episodio 2: <https://youtu.be/5luLo3LcWGg?si=XVslmHj2n6twuYXG>
- Episodio 3: <https://youtu.be/dvVqO2RR-Yw?si=rHtbDN5iS4yVq3SD>
- Episodio 4: <https://youtu.be/4beswrylbow?si=7qiTuau65KE3dTL>
- Episodio 5: https://youtu.be/5tyYwIDT9Os?si=BnyRBU7Mc9xC_40v

Conclusiones

La marca personal se ha consolidado como un activo esencial para destacar en un entorno laboral cada vez más competitivo y digitalizado. Comprender sus principios y saber gestionar estratégicamente esta imagen es una habilidad clave en la actualidad. Además, entender que planificar adecuadamente los contenidos, así como aprender y poner en práctica los consejos dados por los invitados expertos, permitieron tener un programa de una alta calidad, teniendo un producto atractivo y profesional.

Al mismo tiempo, el podcast se confirma como un formato ideal para transmitir contenido valioso, cercano y flexible, adaptado a los hábitos de consumo actuales. A través de entrevistas dinámicas, permite compartir experiencias reales que motivan e instruyen. Este proyecto logró no solo ofrecer herramientas concretas para construir una marca personal sólida, sino también inspirar a la audiencia a iniciar o fortalecer su presencia digital de manera auténtica y estratégica.

La marca personal es algo que los comunicadores, sean periodistas o influencers, deben trabajar, porque hoy en día muchas empresas colaboran con las personalidades de las redes sociales al analizar y ver su imagen digital. Este podcast permitió establecer una línea de acción básica, así como recomendaciones y guías para que las personas trabajen y fomenten su marca personal y puedan trascender y mantenerse vigentes en el mundo digital.

Recomendaciones

Para los estudiantes que quieran realizar su Proyecto Final de Carrera con la modalidad de podcast, lo más importante para poder sacar adelante este proyecto es la investigación y profundización en temas, lo que va a permitir tener una conversación mucho más completa con los invitados que se contacten o las personas que quieran participar en el programa. Al mismo tiempo, el estudiante que quiera realizar un podcast como su PFC debe trabajar en sus habilidades de locución y de entrevista, para que la conversación con el experto no se vuelva monótona. También debe ser hábil con el uso de los editores de vídeo, algo que le va a permitir que la parte visual del podcast sea dinámico y llamativo para el oyente.

Para la Universidad Monteávila, se recomienda contactar y aprovechar a los estudiantes que tienen una presencia importante en las redes sociales, lo que le va a permitir tener más visualización en este mundo digital. También, se aconseja a la universidad a apoyar a estos estudiantes en sus proyectos personales, dándoles las herramientas para que puedan estar bien preparados para enfrentarse a la gigantesca tarea de tener una marca personal.

Referencias bibliográficas

- Milán, A. (2025, 6 junio). Tik Tok vs. Instagram para el marketing en 2025: descifrando las diferencias. Taggbox Blog. <https://taggbox.com/es/blog/tiktok-vs-instagram/>
- Chaffey, D. (2020). *Digital marketing: Strategy, implementation, and practice* (8th ed.). Pearson.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2008). *The brand called you: The ultimate brand-building and business-development handbook to transform anyone into an indispensable brand*. McGraw-Hill.
- Edison Research. (2021). *The Infinite Dial 2021: Audio and media trends*. Edison Research.
- McHugh, S. (2020). *Podcasting for professionals: Creating and launching your personal podcast*. Routledge.
- LinkedIn. (2022). *The future of work: How to build your personal brand for the digital age*. LinkedIn.
- García Montero, E., & de la Morena Taboada, M. (2015). Analizando el autoconcepto y la imagen: aplicación del mapa mental a la construcción de la marca personal. Universidad Camilo José Cela.
- García Montero, E., de la Morena Taboada, M., & Presol Herrero, Á. (2016). *Aplicación del autoconcepto al desarrollo de la marca personal. Análisis comparativo entre estudiantes internacionales*. Universidad Camilo José Cela.
- Malvárez Nieto, C. (Año). Gestión de marca. Creación de una marca personal: “Carmen Malvárez. Diseño y Publicidad”. (Tesis, Universidad [Nombre de la Universidad]). Tutor: Rodrigo Marón, I.
- Statista. (2025, 26 marzo). Most used social networks 2025, by number of users. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

Silverio, M. (2025, 17 mayo). TikTok: Usuarios y estadísticas (2025). Prime Web.
<https://www.primeweb.com.mx/tiktok-estadisticas>

Spotify Newsroom — about Spotify. (2025, 29 abril). Spotify.
<https://newsroom.spotify.com/company-info/>

Giraldo, J. C. (2020, 7 septiembre). Desde un punto de vista de 'marketing': ¿Por qué es una ventaja tener tu 'podcast' en Spotify? *Medium*.
<https://giraldojc.medium.com/desde-un-punto-de-vista-de-marketing-por-qu%C3%A9-es-una-ventaja-tener-tu-podcast-en-spotify-a35b9ddb7ab1>

Cumulus Media Inc. (2022, 17 mayo). Podcast Watching Soars as YouTube Edges Out Spotify to Become the Most Used U.S. Podcast Platform According to Cumulus Media and Signal Hill Insights' Podcast Download – Spring 2022 Report. *GlobeNewswire News Room*.
<https://www.globenewswire.com/en/news-release/2022/05/17/2445394/9032/en/Podcast-Watching-Soars-as-YouTube-Edges-Out-Spotify-to-Become-the-Most-Used-U-S-Podcast-Platform-According-to-Cumulus-Media-and-Signal-Hill-Insights-Podcast-Download-Spring-2022-Re.html>

Anexos

Paleta de colores



Miniatura de Youtube

Capítulo 1



Capítulo 2



Capítulo 3



Capítulo 4



Capítulo 5



CRÉDITOS







VISUAL DE YOUTUBE



ORIANNA

@ConoceConOri · 723 suscriptores · 33 videos

Más información sobre este canal ...más

 **Suscrito** 

Videos Shorts Listas 

Tus videos

Ordenar por  Videos Shorts En vivo

- 

¿Hacia dónde quieres ir? Ft. Amanda Lucci
9 vistas · hace 15 horas
  0  0
- 

La TV y las REDES SOCIALES ft. @SoyMayes
9 vistas · hace 19 horas
  1  0
- 

El MARKETING y tú... ft. Kco Carmona (cap 2)
13 vistas · hace 1 día
  0  0
- 

¿Cómo es el RUBRO GASTRONÓMICO? Ft. Iván Puer...
4 vistas · hace 3 días
  0  0
- 

Cap. 1 HUMOR en REDES SOCIALES FT. Jr Junior Show
81 vistas · hace 9 días
  4  1
- 

Intro- CREA TU MARCA PERSONAL
97 vistas · hace 10 días
  1  0

Cuenta de Instagram

 **conoceconori**

 ...



orianna 

3publicaciones

38seguidores

9seguidos

Creador digital

¡Atrévete a crear! 

By @oriannaperez

Nuevo capítulo disponible 

 youtube.com/@conoceconori?si=PaUqKHJT3...

 34 personas más que conoces siguen esta cuenta

Siguiendo 

Mensaje



  







EPISODIO COMPLETO
EN YOUTUBE



