



Universidad
Monteávila



Facultad de Ciencias
de la Comunicación e Información

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

UNIVERSIDAD MONTEÁVILA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN ESCUELA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL

**DISEÑO Y DESARROLLO DE UN PRODUCTO DIGITAL EN INSTAGRAM PARA LA
REIVINDICACIÓN DE LA IDENTIDAD A TRAVÉS DEL CABELLO AFRO: CASO KLOMBO**

Autora:
Oriana Suny

Tutora:
Niur Bolívar Ávila

Caracas, 12 de junio del 2026

Carta de cesión de derechos de autor

Derechos de Autor

Quien suscribe, en condición de autora del trabajo titulado Diseño y desarrollo de un producto digital en Instagram para la reivindicación de la identidad a través del cabello afro: Caso Klombo, declara que cede 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 autora 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



Oriana Suny C.I. 29.664.155

En la ciudad de Caracas, a los 12 días del mes de junio de 2026.

@klombo_vzla comunidad digital. Reivindica tu identidad a través de tu cabello afro

Objetivo (s) del Desarrollo Sustentable (ODS) al cual se orienta el trabajo de investigación

INSTRUCCIONES: Escribir una "x" en las casillas "directo" o "indirecto" junto al o los Objetivos de Desarrollo Sostenible (**seleccione entre 1 y 3 ODS**) a los que el proyecto contribuye; y describa brevemente (**250 caracteres**) de qué forma aporta, en función de las metas del ODS, y el objetivo general de su trabajo.

ODS	Descripción	Relación con los Objetivos de la Investigación	Directo	Indirecto
	Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.	El proyecto está alineado con el ODS 5, ya que promueve la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres afrovenezolanas. Fomenta la autonomía de las mujeres sobre su cuerpo y su identidad, y contribuye generar un espacio de discusión para ayudar a minimizar la discriminación por motivos de apariencia física.	X	
	Reducir la desigualdad en y entre los países.	Atiende en Instagram a una población afrodescendiente que representa entre el 50% y 60% de Venezuela, cuyas raíces históricas han sido invisibilizadas, por lo que el proyecto pretende mostrar esas raíces para ayudar a combatir el racismo estructural normalizado que viven los afrodescendientes.	X	
	Promover sociedades, justas, pacíficas e inclusivas.	El proyecto ayuda a reparar injusticias históricas y en el marco de una convivencia pacífica, ofreciendo herramientas para defenderse ante la discriminación y favoreciendo el respeto a la diversidad cultural en Venezuela. Es un espacio seguro y respetuoso para reivindicar la identidad afrovenezolana a través del cabello como narrador de la historia personal, promoviendo el respeto y la inclusión.	X	

Dedicatoria

Quiero dedicarle a mi madre desde el cielo, a mi abuela, y a mi hermana este proyecto, así como a cada persona que nos apoyó desde el principio. Esta transición, esta resistencia cultural, permitió que lo real, lo que soy como afrodescendiente se mostrara al mundo sin miedo.

*Ahora somos la familia @Klombo_vzla
Gracias.*

Agradecimientos

Me siento agradecida con Dios, mi familia y mis tutoras, por ayudarme con su sapiencia y buenos consejos a superar las trabas que se han presentado durante la creación de este proyecto.

Es imposible no agradecer cuando obtuve el apoyo de tantas personas durante momentos oscuros en mi vida. Mi trabajo interno me ha permitido sanar y convertirme en la persona que soy hoy en día y por lo mismo, quiero agradecer a cada profesor que me defendió dentro de las instituciones donde la ignorancia ganó y se desquitó conmigo. Fueron de gran apoyo para mi durante momentos de acoso y bullying.

Como profesional de la comunicación doy gracias a la Universidad Monteávila, porque gracias a los saberes que recibí y a mi propio esfuerzo este proyecto se ha hecho realidad.

Finalmente quiero agradecer a cada persona, a cada usuario, que se tomó el tiempo para apoyar el contenido de @Klombo_vzla desde el momento en que inició.

Sin ellos el esfuerzo y constancia no habrían rendido los mismos resultados. Me enorgullece y motiva la recepción que ha tenido el proyecto en Instagram.

Índice

Resumen.....	7
- Presentación del proyecto.....	8
- Objetivos.....	9
- Justificación, Motivación y Solución.....	9
- Nociones teóricas y definiciones.....	11
- Plan de acción.....	15
Resumen del cronograma de contenido — Proyecto @Klombo_vzla “Social Media Report”	19
Periodo y objetivos.....	23
Crecimiento y desempeño.....	23
Planes de optimización.....	24
- Proyecto:.....	25
Activo Digital y Plataforma.....	25
Identidad Visual (Estilo Africano).....	25
Logotipo.....	25
Grilla de contenido.....	28
Estrategia Editorial: Los Tres Pilares de Contenido.....	29
Manual de Tono y Estilo.....	29
Productos de Conversión (Lead Magnets).....	29
Reporte de Métricas e Impacto.....	30
- Enlace al proyecto.....	30
Conclusiones.....	31
Recomendaciones.....	33
Referencias Bibliográficas.....	35
Anexos.....	38

Resumen

@Klombo_vzla es una comunidad digital nativa en la plataforma Instagram. El proyecto se inscribe en la modalidad de Diseño de Productos Digitales, específicamente en la subcategoría de creación de un medio en redes sociales.

Su propósito es la reivindicación de la identidad afrovenezolana, utilizando la educación estética y política sobre el cabello afro como eje narrativo central para dismantelar el racismo estructural y fomentar el empoderamiento cultural, con un enfoque que trasciende lo comercial convencional ya que no opera como una tienda de productos capilares.

El nombre Klombo (proviene de Kilombo, del kimbundu "campamento de guerra") simboliza históricamente la resistencia y autonomía de las comunidades esclavizadas que huían del dominio colonial.

Bajo el slogan "Tu cabello y tu historia son el camino que te conduce a tu identidad", el proyecto busca que especialmente que la mujer afrovenezolana disfrute su viaje de retorno y reconocimiento hacia su ser original. Se trata de superar el mito del "pelo malo" como estigma.

El proyecto encuentra sentido en la ausencia representacional de la mujer afrodescendiente Venezolana. Así que @Klombo_vzla para dar respuesta a esa ausencia se fundamenta en tres pilares de contenido: La Raíz (historia y biografías), El Territorio (cuidado capilar) y La Tribu (la comunidad afro).

El impacto esperado es ofrecer un espejo digno para mujeres de entre 20 y 35 años, transformando el cabello de una carga estética en un testimonio vivo de resistencia.

Palabras clave: Afrovenezolanidad, Resistencia Cultural, Cabello Afro, Identidad, Comunidad Digital, Instagram.

- **Presentación del proyecto**

@Klombo_vzla se define como un producto digital en Instagram orientado a generar un espacio-comunidad para reivindicar la identidad de personas afrodescendientes, a través del cabello afro y su narrativa histórica como medio de reconocimiento de sus raíces. No se trata de una tienda ni de un catálogo de productos capilares, sino de un medio educativo transmedia que combina recursos visuales, narrativos y participativos para transformar el cuidado del cabello afro en una experiencia de aprendizaje y empoderamiento cultural.

Desde el punto de vista comunicacional, el proyecto funciona como un ecosistema de contenido que integra tres dimensiones: la educación estética y política, la interacción comunitaria y la producción multimedia. Su eje narrativo —el cabello afro— se convierte en una herramienta pedagógica y simbólica para dismantlar el racismo estructural y promover la autoaceptación. La estrategia se apoya en formatos digitales como carruseles informativos, microcápsulas audiovisuales y dinámicas participativas que facilitan la apropiación de saberes y la creación de vínculos entre los usuarios.

La elección del nombre también cumple una función comunicacional: “Kilombo”, derivado del kimbundu *kilombo* (“campamento de resistencia”), se reapropia como metáfora de comunidad digital insurgente. Bajo el lema “Tu cabello y tu historia es el camino que te conduce a tu identidad”, la marca articula tres pilares de contenido —La Raíz, El Territorio y La Tribu— que estructuran su narrativa y guían la producción de mensajes visuales coherentes con su identidad. Así, @Klombo.vzla se consolida como un producto comunicacional de justicia cultural, donde el medio digital se convierte en espacio de diálogo, representación y transformación social.

- **Objetivos**

Objetivo General

Diseñar y desarrollar un medio de comunicación en Instagram, bajo el nombre de **Klombo (@Klombo_vzla)**, para visibilizar la herencia cultural y promover el cabello afro como parte de la identidad afrovenezolana.

- **Objetivos Específicos**

- Diseñar la identidad visual (logotipo, paleta de colores y tipografías) y los parámetros estéticos de la comunidad digital.
- Establecer la estructura editorial del perfil en Instagram a través de una grilla de contenidos que responde a pilares.
- Producir los contenidos y piezas multimedia (carruseles informativos y videos cortos) adaptados a las dinámicas de la plataforma.
- Evaluar la interactividad y los resultados comunicacionales obtenidos en Instagram durante la fase de lanzamiento del medio digital.

- **Justificación, Motivación y Solución**

Este proyecto atiende la falta de representación de una historia y una estética afro venezolana, donde, a pesar de que el 50% y el 60% de la población tiene ascendencia afro, se le considera un grupo marginado, invisibilizado o estereotipado en los medios masivos y la publicidad (Izard, 2013). En ese sentido, el producto digital se crea como herramienta para la transformación cultural que utiliza la comunicación digital para fortalecer la justicia social, la equidad y la identidad colectiva.

Ante la carencia de museos masivos dedicados a la historia de la afrodescendencia en el país, el cuerpo se convierte en un "archivo vivo" (Hooks, 2014). Por ello, la propuesta de valor del proyecto digital Klombo se fundamenta en la premisa que la estética es política, y llevar el cabello natural afro es un acto de reparación histórica ante siglos de despojo corporal.

Bajo el slogan "Tu cabello y tu historia es el camino que te conduce a tu identidad", la comunidad se estructura en tres pilares fundamentales que fueron mencionados con anticipación para democratizar saberes que suelen estar "secuestrados" por la academia (Izard, 2013). Como proyecto Klombo traduce investigaciones sobre historia, sociología y decolonialidad en "microcápsulas" digitales visuales y digeribles, para una audiencia de mujeres jóvenes y adultas que buscan verse reflejadas con éxito y dignidad sin alterar su naturaleza original.

El proyecto desde la plataforma de Instagram aborda la historia afrodescendiente y el cabello afro como eje transicional para comprender y transformar la situación de la mujer afrovenezolana. Siendo esta última su población desde el punto de vista comunicacional, el proyecto se concibe como una plataforma educativa digital que utiliza los recursos propios de Instagram —imagen, narrativa visual y micro contenidos audiovisuales— para generar procesos de identificación y diálogo cultural.

@Klombo_vzla se fundamenta en estrategias de branding social, donde el diseño visual, el tono de voz y la interacción comunitaria se articulan para transformar el cuidado capilar en una experiencia de autorreconocimiento.

En este sentido, los elementos comunicacionales funcionan como raíz y punto de partida para que la audiencia se reconecte con su identidad de origen, mediante el uso del cabello afro como símbolo narrativo. Así como la representación estética afrocentrada y la creación de contenidos se orientan a la promoción, la participación activa y el intercambio de saberes de la comunidad.

La apuesta pedagógica de @Klombo_vzla radica en convertir el instagram en un espacio de aprendizaje y empoderamiento, donde la comunicación visual y el discurso educativo convergen para resignificar la belleza afrovenezolana (Palacios Mosquera, 2020). Y como se ha mencionado, nace para contrarrestar las dinámicas excluyentes hacia la comunidad de afrodescendientes que son parte de nuestra cultura y que en su mayoría pasan inadvertidas (Pineda, 2019).

- Nociones teóricas y definiciones

Antecedentes teóricos

Según estimaciones conjuntas del Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA) y la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (OHCHR), cerca del 50 % al 60 % de la población venezolana se identifica como afrodescendiente (UNFPA & OHCHR, 2023). No obstante, esta presencia demográfica significativa contrasta con su escasa representación en los medios de comunicación y la publicidad. Al observar la televisión, las redes sociales o las campañas de las principales marcas, las personas afrovenezolanas —especialmente las mujeres— suelen ser invisibilizadas o reducidas a estereotipos como el de la “mujer exótica”, la “sirvienta” o la “negra que baila tambor”. Esta representación limitada refleja un patrón de exclusión simbólica que evidencia la desigualdad cultural y el racismo estructural en el imaginario nacional venezolano.

Investigaciones como las de Yara Altez Ortega (2010, 2017) han documentado cómo las comunidades afrodescendientes, particularmente en la costa central venezolana, han sido víctimas de un “olvido institucional” que ha fragmentado su memoria territorial e histórica. Al respecto, el autor argumenta que la identidad es un diálogo entre el territorio y la narrativa, pero cuando la narrativa oficial borra la presencia afro, se pierde la historia de este grupo, y en él se produce una alienación porque desconoce su origen, y por tanto, no puede construir una verdadera identidad, pudiendo llegar a asumir la de otros, como propia.

Motivo por el que @Klombo_vzla busca llenar este vacío epistémico traduciendo la “gran historia” académica en “micro-cápsulas” digitales digeribles. Como el historiador Ramos Guedez (2022) enfatiza, la biografía afrodescendiente es pilar para la identidad nacional, y sin embargo, el acceso a esta biografía suele ser elitista.

Para acceder a este conocimiento sobre la afrodescendencia como parte de nuestra identidad nacional, @Klombo_vzla retoma los estudios de Génesis Rodríguez (2021) sobre el cabello afro y el racismo, y de María Fernanda Rivas (2020) sobre la estética como resistencia. @Klombo_vzla operacionaliza los estudios que demuestran que el cabello es un "lugar de enunciación". Por lo que responde a la necesidad de crear un medio dedicado a este tema como acto de validación académica de la experiencia corporal afrovenezolana y ser testimonio de la cultura viva.

La incorporación de teorías como las de Ochy Curiel (2013) sobre la "nación heterosexual" y la colonialidad permite que Klombo.vzla aborde la interseccionalidad, es decir, permite ver cómo el racismo se cruza con el sexismo para oprimir doblemente a la mujer negra.

De este modo, a partir de la necesidad detectada de un espacio histórico para la reivindicación de la afrovenezolanidad, @Klombo_vzla propone tres (3) pilares de contenido, y emplear la estética del cabello como medio de validación de la identidad afro, politizando la estética del cabello. La comunidad digital @Klombo_vzla hace el trabajo de una pedagogía pública antirracista que reivindica la identidad de la cultura afro, el valor de los símbolos, la conexión con la estética, la política y la cultura.

Esta influencia no solo afecta la autoestima y la percepción personal, sino que también convierte los cánones de belleza en metas prácticamente inalcanzables para quienes poseen rasgos afrodescendientes. Como resultado las mujeres se ven forzadas a modificar su naturaleza para ser aceptadas y lograr una percepción favorable en diferentes ámbitos, sociales, laborales y personales. Considerando esto, la comunidad digital @Klombo_vzla se dirige mayoritariamente a mujeres de entre 25 y 45 años.

Convergencia mediática y cultura participativa.

La noción de *convergence culture* explica cómo las audiencias migran entre formatos y co-producen significado; los contenidos deben diseñarse para fluir entre carruseles, microvideos y conversaciones, favoreciendo la participación y la co-creación (Jenkins, 2006). Esta idea guía la estrategia transmedia de **@Klombo_vzla** al fragmentar la narrativa (La Raíz, El Territorio, La Tribu) para que el público reconstruya la historia colectiva.

@Klombo_vzla se integra plenamente en los preceptos de la cultura de convergencia, que se caracteriza por el flujo de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre diversas industrias de medios y la interacción impredecible entre el poder del productor y el del consumidor (Jenkins, 2006). Es por ello que, en **@Klombo_vzla** se utilizan formatos como Reels, carruseles y lives para democratizar saberes históricos y estéticos. Estos contenidos generan nuevas formas de participación y significado cultural donde la comunidad colabora para dotar de un nuevo significado político al cabello afro, actuando como una arquitectura de resistencia cultural que trasciende el modelo de consumo comercial convencional (Jenkins, 2006).

El Producto digital como ecosistema de experiencia.

El diseño centrado en el usuario y la usabilidad (affordances, visibilidad, feedback), son claves para que los recursos educativos en Instagram sean accesibles y accionables (Norman, 2013). Así como el aplicar principios de diseño de interacción para mejorar la adopción y la retención del aprendizaje. Por lo que para **@Klombo_vzla** el Diseño usable es igual a una mayor apropiación comunitaria.

Comunidades de práctica y aprendizaje situado (Etienne, 1991).

El aprendizaje ocurre en la práctica social con formatos que permiten la Participación Periférica Legítima (LPP) (tutoriales, Q&A, testimonios). Estos facilitan que las nuevas usuarias pasen de observadoras a participantes activas en la comunidad de cuidado capilar, legitimando saberes locales y técnicos dentro del ecosistema **@Klombo_vzla**

Conceptos Socioculturales y de Identidad

Identidad cultural como producción histórica.

Stuart Hall (1990) propone que la identidad no es esencia fija sino proceso de llegar a ser (*becoming*). **@Klombo_vzla** usa el cabello como dispositivo narrativo para re-contar historias, no para “recuperar” una esencia perdida. Se trata de producir identidades contemporáneas y plurales. El cabello como texto cultural en proceso.

Diáspora y transnacionalidad cultural.

En la tradición del *Black Atlantic* (Gilroy, 1993), las prácticas culturales afro se entienden como redes transnacionales de memoria y estética. Para **@Klombo_vzla** el situar prácticas capilares en diálogo con la diáspora, amplía el sentido y la pertenencia a la comunidad.

Interseccionalidad y justicia cultural.

Aplicar la perspectiva de interseccionalidad obliga a reconocer que las experiencias sobre el cabello se cruzan con raza, género y clase; la política de contenidos debe atender vulnerabilidades diferenciadas y evitar discursos universalizantes (Kimberle, 1989).

Historia y política del cabello.

La genealogía del cabello afro (prácticas, economía del cuidado, estigmas) aporta legitimidad educativa y política para contextualizar técnicas y relatos que fortalecen la autoridad pedagógica de **@Klombo_vzla**. Ideas que son tomadas a partir del libro de Byrd & Tharps (2001) *Hair story : untangling the roots of Black hair in America*.

@Klombo_vzla es la suma y más, de una estrategia comunicacional transmedia y un producto digital centrado en la comunidad que usa el cabello afro como eje pedagógico y simbólico para construir identidad y justicia cultural.

- Plan de acción

El Plan de Acción para la consolidación de **@Klombo.vzla** se estructura bajo un enfoque de investigación cualitativa aplicada y una metodología operativa de Lean Startup, lo que permite un desarrollo ágil y de bajo riesgo financiero

El despliegue operativo abarca un ciclo de 7 semanas, dividido en tres fases fundamentales: preproducción, producción/lanzamiento y postproducción, sin embargo como idea, el proyecto nace en noviembre de 2025.

@Klombo_vzla comienza como una idea original producto de la discriminación vivida por su creadora Oriana Suny. Posteriormente al surgimiento de la idea, se procedió a realizar una revisión bibliográfica para el anteproyecto basada en palabras claves tales como *Afrovenezolanidad, Resistencia Cultural, Cabello Afro, Identidad*. En la literatura se encontraron las bases teóricas necesarias para afirmar que existe la necesidad de crear espacios dentro de las redes sociales para la comunidad afrodescendiente venezolana, que ha sido víctima de un "olvido institucional" con la consiguiente fragmentación de su memoria territorial e histórica, definiendo de este modo el público objetivo de **@Klombo_vzla**.

A la investigación histórica se sumó la búsqueda de la posible competencia en Instagram, encontrando que la plataforma carecía de nichos con el enfoque que @Klombo_vzla.

Este diagnóstico posibilitó la identificación de los "puntos de quiebre" temáticos que se convirtieron en narrativas de contenido basados en ciclos: *La Raíz*, *El Territorio* y *La Tribu*. Pudiendo avanzar a la Fase I: Preproducción, donde se define la identidad visual bajo el "*estilo safari*" (tonos tierra y macrofotografías) y se crea la cuenta @Klombo_vzla en modo expectativa.

Fase I: Preproducción (Semanas 1 a 2)

- Objetivo: Diseñar la identidad visual (logotipo, paleta de colores y tipografías) y los parámetros estéticos de la comunidad digital.

Concepto y Estrategia de Contenido

Partiendo de las referencias analizadas, el objetivo principal de la línea gráfica fue transformar datos históricos y culturales de gran peso en contenido educativo atractivo, dinámico y fácil de digerir. Sabiendo que el público objetivo está compuesto por usuarios jóvenes en redes sociales (plataformas de alto dinamismo como Instagram), el diseño se alejó de los bloques de texto densos para priorizar una comunicación visual directa y fragmentada.

Se estructuraron los temas en formatos de carrusel, lo que fomenta la interactividad (deslizar) y retiene la atención del usuario a través del storytelling visual.

Flujo de Trabajo y Herramientas Utilizadas

Para lograr el equilibrio entre personalización estética y optimización de tiempos de producción para redes sociales, se implementó un flujo de trabajo híbrido:

Adobe Photoshop: Se utilizó como la herramienta principal para el desarrollo de la identidad base, el tratamiento avanzado de imágenes y la creación de recursos

vectoriales a medida. Con Photoshop se siluetearon los perfiles iconográficos de las melenas afro, se pulieron los trazados de las trenzas y se estructuraron los fondos con patrones geométricos texturizados. Esto garantiza un acabado profesional, nítido y con una dirección de arte única.

Canva: Una vez creados los activos visuales clave y la línea gráfica en Photoshop, se migró la estructura a Canva para la maquetación final, la gestión de plantillas dinámicas y la optimización del texto. Esto permitió agilizar la producción del contenido masivo, asegurando que la tipografía y los elementos tipográficos mantuvieran una consistencia exacta en cada diapositiva del carrusel, facilitando la exportación directa para plataformas móviles.

Anatomía del Diseño y Elementos Visuales

Paleta de Colores: Se seleccionó una gama cromática cálida basada en tonos tierra, ocre y amarillos mostaza. Esta paleta conecta directamente con la identidad étnica, la calidez y la raíz africana, alejándose de los fondos planos institucionales y generando un contraste inmediato en el feed que invita a detener el scroll.

Composición y Fondos: Se implementaron patrones de fondo geométricos inspirados en la textilería tradicional africana, pero con una opacidad reducida. Esto añade profundidad visual y riqueza cultural al diseño sin competir con la legibilidad del texto en primer plano.

Jerarquía Tipográfica y Legibilidad: Para capturar el interés del público joven, se optó por tipografías de impacto y de gran peso visual para las preguntas gancho y los títulos principales. Los cuerpos de texto se sintetizaron al máximo, utilizando tipografías limpias y de alta legibilidad que permiten absorber el mensaje educativo en cuestión de segundos.

Iconografía y Siluetas: El uso de la silueta en vector del cabello afro y las ilustraciones vectoriales de las trenzas actúan como anclas visuales robustas. Estos elementos no solo decoran, sino que contextualizan el tema de forma instantánea,

logrando que el diseño sea semánticamente coherente con el mensaje de resistencia, identidad e historia que promueve la marca.

Fase II: Producción y Lanzamiento (Semanas 3 a 7)

Objetivos:

- Establecer la estructura editorial del perfil en Instagram a través de una grilla de contenidos que responde a los pilares de @Klombo_vzla .
- Producir los contenidos y piezas multimedia (carruseles informativos y videos cortos) adaptados a las dinámicas de la plataforma de Instagram.

El núcleo del plan de acción consiste en la ejecución de una estrategia de Marketing de Contenidos Transmedia. Se implementa el método de batch cooking para la redacción de guiones, así mismo el uso de prompts estratégicos dentro de la IA para optimizar los copy de las publicaciones.

Durante la elaboración de la identidad gráfica se utilizó la Inteligencia Artificial Gemini, cargada con un documento resumen del proyecto, así como con el one page, para obtener como resultados ideas inspiradoras para el logo de @Klombo_vzla y sus publicaciones.

Luego se procede a la adaptación de guiones según formato o contenido, y de antepenúltimo paso la grabación de vídeos, para después continuar con la edición utilizando herramientas como CapCut e InShot, y terminar en la publicación de cada contenido que tiene un seguimiento luego de subidos a la plataforma. Finalmente se procederá a la obtención de métricas y visualización del impacto.

El lanzamiento oficial de @Klombo_vzla fue el 19 de abril. Se realiza mediante un video manifiesto que presenta la misión de la comunidad: politizar la estética y dismantelar el racismo estructural utilizando el cabello afro y la historia como eje narrativo central. El contenido se despliega a partir de ese momento en tres ciclos temáticos que rotan semanalmente, que son:

Un Ciclo Histórico (La Raíz) con publicaciones sobre el origen de los Cumbes y la historia de las trenzas como mapas de fuga. El significado del cabello a través de la historia, cómo el cabello define una parte clave de nuestra identidad.

Un Ciclo Estético (El Territorio) que ofrecerá primero el conocimiento para saber cuál es el tipo de cabello de nuestra audiencia, con Guías prácticas basadas en la "Ciencia Abierta para la Vida", incluyendo el test de porosidad, el uso de aceites naturales y el cronograma capilar adaptado al contexto venezolano.

Un Ciclo Comunitario (La Tribu), que se conceptualizan como espacios de sanación colectiva de la memoria ancestral a través de Instagram dinámicas de validación social.

Resumen del cronograma de contenido — Proyecto @Klombo_vzla “Social Media Report”

Imagen 1.

Qr y link de la Grilla de contenido de @Klombo_vzla



Nota. Elaborado a partir del contenido de la grilla (2026).

Imagen 3.

Perfil de la comunidad de Instagram @klombo_vzla



Nota. Elaboración propia (2026)

Imagen 4.

Publicaciones de la comunidad de Instagram @klombo_vzla



Nota. Elaboración propia (2026)

Fase III: Postproducción y Análisis (Semanas 7 a 9)

Esta fase consiste en evaluar la interactividad y los resultados comunicacionales obtenidos en Instagram durante la fase de lanzamiento del medio digital.

En la fase de cierre, se utilizará Meta Business Suite para realizar un análisis exhaustivo de métricas cualitativas y cuantitativas.

El foco principal no es solo el número de seguidores, sino el engagement y el sentimiento de marca, analizando si la audiencia ha comenzado a migrar de una postura pasiva a una participación activa en la construcción de la identidad afrovenezolana.

El proceso culmina con un reporte de hallazgos y una propuesta de escalabilidad para el medio nativo digital.

Este plan de acción garantiza la democratización de saberes académicos mediante microcápsulas digitales, transformando el cabello afro de una "carga estética" a un manifiesto político y archivo vivo de resistencia.

Tabla 1.

Grilla de Contenido de @Klombo_vzla

Semana	Tipo de contenido	Tema / Título	Objetivo comunicacional	Formato	Horario óptimo	Indicadores clave
1	Post informativo	“¿Sabías que gran parte de la población es afrodescendiente?”	Introducir el tema de la afrodescendencia y generar conciencia.	Carrusel educativo	6 p.m.– 8 p.m.	Alcance inicial, primeras interacciones.
2	Reel reflexivo	“¿Me tiraron hate por no usar mi afro?”	Mostrar experiencias personales y abrir debate sobre identidad.	Video corto	6 p.m.– 8 p.m.	79 k visualizaciones, alto engagement.

3	Debate social	“¿Para ti la palabra negro es un hecho o un insulto?”	Provocar la reflexión sobre el lenguaje y el racismo cotidiano.	Reel + comentarios	6 p.m.– 8 p.m.	93 k alcance, 100 % tasa de interacción.
4	Post histórico	“Lo que nunca te enseñaron de historia de Venezuela...”	Educación sobre el término “mejorar la raza” y su impacto cultural.	Carrusel informativo	6 p.m.– 8 p.m.	1.251 comentarios, debate activo.
5	Reel educativo	“¿Sabes qué son realmente las trenzas?”	Reivindicar prácticas culturales afro y su significado histórico.	Video informativo	6 p.m.– 8 p.m.	94 k alcance, 3.846 guardados.
6	Post motivacional	“10 razones para amar tu melena”	Fomentar autoestima y orgullo por el cabello afro.	Carrusel visual	6 p.m.– 8 p.m.	44 k alcance, alto número de compartidos.
7	Reel de cierre	“¿Qué significa para ti el cabello afro?”	Consolidar comunidad y recopilar testimonios.	Entrevista callejera	6 p.m.– 8 p.m.	11 k visitas al perfil, crecimiento sostenido.

Nota. Elaboración propia (2026)

El “Social Media Report” presenta el desarrollo y resultados del plan de contenido de la cuenta @klombo_vzla durante un periodo de 7 semanas. A continuación, se sintetizan los puntos clave del cronograma y su impacto:

Periodo y objetivos

Duración: 7 semanas de actividad en Instagram.

Objetivos:

- Visibilizar temas sobre cabello afro y afrodescendencia.
- Consolidar una comunidad educativa y cultural en torno a la identidad afrovenezolana

Crecimiento y desempeño

- *Seguidores:* Aumento de 200 a 11.182 en siete semanas.

- *Publicaciones:* 10 contenidos principales con 756.690 impresiones y 244.328 cuentas alcanzadas.
- *Engagement Rate:* 100,35%, con 3.846 guardados y 12.211 compartidos.
- *Demografía:* público mayormente femenino (68%), edades entre 18 y 34 años, concentrado en Caracas, Valencia, Maracaibo y Maracay.

Tabla 2.
Contenidos más destacados

Tipo de publicación	Título	Alcance / Interacción	Tema central
Mayor alcance	“¿Para ti la palabra negro es un hecho o un insulto?”	93.215 cuentas	Percepción social del término “negro”.
Más comentada	“Lo que nunca te enseñaron de historia de Venezuela...”	1.251 comentarios	Debate sobre el concepto “mejorar la raza”.

Nota. Elaboración propia (2026)

Insights y aprendizajes

- **No funcionó:** publicaciones después de las 9 p.m. y reels muy cortos.
- **Funcionó mejor:** videos y carruseles informativos densos en contenido.
- **Hallazgo clave:** el público se divide entre quienes se identifican, quienes se interesan por aprender y quienes reaccionan negativamente, lo que confirma que @klombo_vzla ocupa un nicho educativo poco explorado en Venezuela.

Planes de optimización

- Colaboraciones con otros creadores afrovenezolanos.
- Ajuste de horarios de publicación (6 p.m.–8 p.m.).
- Incremento de reels informativos con formato de entrevistas callejeras.

Se establecen alianzas estratégicas con micro-influencers locales (ej. @AfroCcs) para traccionar audiencias afines y fortalecer la autoridad del medio.

- **Proyecto:**

Activo Digital y Plataforma

Comunidad en Instagram @Klombo_vzla que ha sido seleccionada por su naturaleza visual, ideal para resaltar las texturas del cabello afro y por ser el espacio donde el público objetivo busca referentes estéticos y validación social.

Identidad Visual (Estilo Africano)

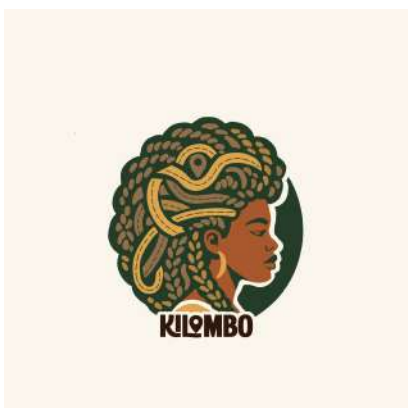
El estilo de @Klombo_vzla se diseña para generar un impacto sensorial que celebra la naturaleza original de la comunidad afrodescendiente. Se emplean tonos tierra, ocre, verdes y terracotas que evocan la piel y el territorio para representar la identidad, las raíces y el recorrido personal. La silueta de una mujer afrodescendiente en el logo simboliza fuerza, autenticidad y orgullo cultural, mientras que los caminos integrados en su cabello evocan crecimiento, conexión y exploración.

Tipografía: Estilos orgánicos que simulan el tejido de la identidad

Fotografía: Uso de macrofotografías de alta textura para resaltar la belleza del rizo y el cuero cabelludo.

Logotipo

El logotipo fue pensado para representar la idea principal del proyecto. La identidad de la mujer afrovenezolana en conjunto con su cabello afro como eje central del diseño. A su vez, dentro del cabello existen caminos los cuales refuerzan el concepto de búsqueda, viaje e investigación de uno mismo a través del cuero cabelludo.



Público Objetivo

Género: Principalmente mujeres.

Edad: Mujeres jóvenes en un rango de 25 a 45 años

Identificación: Mujeres que se autoidentifican como afrodescendientes, negras, morenas o rizadas, sin importar si llevan su cabello natural, alisado o están en proceso de transición.

Hábitos Digitales: Usuarios y usuarias frecuentes de Instagram y TikTok que consumen contenido de entretenimiento, educación antirracista y tutoriales de belleza.

Buyer Persona: "La Viajera de Kilombo"

El proyecto utiliza el arquetipo de la "Viajera" para representar el trayecto introspectivo hacia la textura original del cabello. Se identifican dos perfiles representativos bajo este concepto:

- Perfil A: La Estudiante/Trabajadora Joven (Génesis Moreno)

Este perfil personifica las luchas cotidianas de la audiencia.

Nombre: Génesis Moreno (23 años, residente de Catia).

Ocupación: Estudiante de Comunicación Social y voluntaria en ONG.

Relación con su identidad: Siente profundo orgullo por sus raíces y usa su cabello como símbolo de resistencia y amor propio.

Dolores y frustraciones: Ha sufrido discriminación en entornos escolares y laborales; siente rabia por la invisibilización en medios tradicionales y frustración por el alto costo o falta de productos adecuados en Venezuela.

Motivaciones: Busca educación sobre la historia afro, participar en redes de apoyo y seguir marcas con propósito social y voz política.

- Perfil B: La Buscadora de Identidad

Contexto: Mujeres que mantienen una relación ambivalente con su pelo. Aunque es un pilar fundamental de su imagen, les genera inseguridad debido a los estigmas coloniales del "pelo malo".

Necesidad: Requiere un refugio simbólico y herramientas técnicas (como el cronograma capilar) para iniciar el "quiebre" o transición hacia su naturaleza original sin sentirse juzgada.

Grilla de contenido

En los siguientes anexos se puede evidenciar la grilla de contenidos de la cuenta de instagram, pensado para que estos contenidos generen alto impacto en el público objetivo.

Imagen 2.

Calendario de publicaciones meses de abril y mayo de 2026



Nota. Elaboración propia a partir de <https://canva.link/gp5bsm4o08uiwb4> (2026)

Estrategia Editorial: Los Tres Pilares de Contenido

@Klombo_vzla, como producto digital, estructura su narrativa basada en una planificación hipertextual que posibilita a los usuarios adquirir conocimientos sobre sus raíces que han sido previamente contrastado a través de investigaciones científicas.

“La Raíz” (Educación Histórica): Pretende recuperar la memoria histórica de los afrodescendientes a través de biografías de lideresas y la historia de las trenzas como mapas de fuga.

“El Territorio” (Cuidado Técnico): La comunidad ofrece herramientas prácticas como el test de porosidad, transformando la rutina de cuidar y arreglar el cabello en un ritual de sanación.

“La Tribu” (Comunidad): Son los espacios de validación emocional y autoestima, storytimes de discriminación y superación del racismo estructural.

Manual de Tono y Estilo

La voz de la comunidad de @Klombo_vzla es empática y empoderada en el saber académico, pero desde la sororidad (se habla de hermana a hermana). La comunidad lo hace empleando una pedagogía desafiante, ya que no pide permiso para ocupar el espacio en la narrativa nacional sobre la afrodescendencia, lo toma justificándose en la academia y en el quehacer cotidiano.

Productos de Conversión (Lead Magnets)

Como parte del desarrollo del producto digital, se incluyen recursos descargables para profundizar la educación de las usuarias, tales como:

- Guía motivacional: “10 razones para amar tu melena”
- Checklist: “Cómo identificar tu patrón de rizos”

Reporte de Métricas e Impacto

Desde el lanzamiento de @Klombo_vzla el 19 de abril de 2026, el producto final contemplaría una evaluación de insights cualitativos y cuantitativos (alcance, engagement y sentimiento de marca), para verificar cómo se ha transformado la audiencia, de una comunidad pasiva a una comunidad activa comprometida con su propia identidad afrodescendiente.

- Enlace al proyecto

En el siguiente link, tendrán acceso a la cuenta de instagram y a los post realizados, así como los números de seguidores y de impacto que tuvieron las piezas de contenido realizadas durante el proyecto.

https://www.instagram.com/klombo_vzla?igsh=cXYxaXI1MmtoOWpu

Conclusiones

Mediante el proyecto @Klombo_vzla se ha logrado evidenciar el alcance que pueden tener las redes sociales y una estrategia de comunicación dentro del marketing y la creación de contenidos coherente. Las cifras son la mayor evidencia de la relevancia que tiene diseñar y desarrollar medios de comunicación en Instagram para visibilizar la herencia cultural y promover el cabello afro como parte de la identidad afrovenezolana. La cuenta @Klombo_vzla pasó de tener 200 seguidores a 11.182 de forma orgánica, así mismo tiene más de 756.690 visualizaciones en sus contenidos.

De esto se puede inferir que siempre ha existido un público objetivo para este espacio y comunidad en instagram. Lo que confirma que existe la necesidad del aprendizaje y empoderamiento que @Klombo_vzla ofrece para su público: la convergencia de la comunicación visual y un discurso educativo para resignificar la belleza afrovenezolana de la que Palacios Mosquera (2020) habla en sus estudios.

En este mismo orden de ideas, se confirman, a través de los comentarios de la comunidad de @Klombo_vzla, los cambios que puede generar este estilo de comunidades en Venezuela.

Hasta ahora la cuenta de instagram a través de sus publicaciones, ha invitado a la reflexión y animado a mujeres afrodescendientes a las “negras” de “pelo malo”, a empoderarse, y conseguir no solo historias similares a las suyas, sino a encontrar arquetipos de belleza en las redes que se parecen a ellas, a las mujeres de la comunidad de @Klombo_vzla.

Es necesario comentar que el proyecto en su quehacer como comunidad digital, se encontró con un grupo de personas visitantes con ideas muy arraigadas sobre los cánones tradicionales de belleza, y que hicieron comentarios abiertamente en contra del contenido que @Klombo_vzla. Por este hecho, nos parece aún más necesario, que se dé continuidad a nuestra comunidad de instagram, porque puede llegar a convertirse en una vitrina donde puedan darse, en un marco de Derechos,

discusiones sobre cómo el racismo estructural se perpetúa en la cultura y la estética.

Lo que diferencia a @Klombo_vzla de otros proyectos es que cuenta historias desde lo vivido, y permite un espacio donde los usuarios pueden expresarse porque cercano con el público, transmite experiencia, educa y entretiene, además que tiene de invitados a entrevistados que son especialistas en la materia.

Otro hecho a destacar lo constituye el acercamiento de empresas de productos para el cabello que se han acercado a @Klombo_vzla para hacerse publicidad. Esta es una clara señal de lo interesante que es el proyecto y de cómo pudiera llegar a comercializarse, aunque como se ha dicho la idea original y el destino de @Klombo_vzla no es ser una tienda de productos capilares.

Recomendaciones

Tras haber desarrollado los primeros pasos de la comunidad de @Klombo_vzla y observar tanto la receptividad como los desafíos específicos (usuarias resistentes al cabello natural e interés comercial de marcas). Las recomendaciones estratégicas son:

Gestión de la resistencia: *Del juicio a la empatía política*

Es natural que un grupo de usuarias se oponga a "dejarse el afro", pues el cabello en Venezuela funciona como un "termómetro social" y existe un racismo laboral real que asocia el alisado con la "decencia" o "buena presencia". Por lo que @Klombo_vzla no valida el miedo, ya que no se debe presionar hacia el cabello natural únicamente desde la estética. Se podría crear contenido que valide el miedo a la discriminación laboral y social por llevar el estilo natural.

Utilizar el pilar de La Tribu para compartir historias de mujeres que pasaron por esa misma resistencia y cómo recuperaron su seguridad al dejar los químicos.

Presentar la transición no como un cambio de imagen, sino como un viaje introspectivo de retorno a la naturaleza propia, respetando el ritmo de cada "viajera"

Alianzas comerciales: *Curaduría sobre comercialización*

Dado que las compañías se están acercando para que @Klombo_vzla sea un medio para vender sus productos, se hace necesario proteger la esencia del proyecto: "no somos una tienda de productos capilares". Por lo que solo se deben aceptar alianzas con marcas que entiendan la problemática racial desde adentro.

En lugar de anuncios directos, utilizar las propuestas comerciales para realizar reseñas honestas que aborden problemas reales como el alto costo de los productos en Venezuela o la falta de variedad

Priorizar marcas que utilicen ingredientes locales (sábila, coco, cacao), o que

fomenten el cuidado artesanal y sostenible, alineándose con el legado del conuco y la reparación histórica

Fortalecimiento de "La Tribu": *Espacios de sanación colectiva*

Para aquellas que visitan el perfil pero aún no se atreven al cambio, la comunidad debe funcionar como un "refugio simbólico".

Referencias Bibliográficas

Abad Fis, S. (2025). Afro estética: un modo de emprendimiento para el empoderamiento económico femenino. *REVISTA VERITAS ET SCIENTIA - UPT*, 14(2), 153–163. <https://doi.org/10.47796/ves.v14i2.1402>

Altez, Y. (2017). *Afrodescendencia, tierra y olvido*. Editorial El Perro y la Rana. https://www.researchgate.net/publication/329328156_Afrodescendencia_y_tierra_en_la_costa_central_venezolana

Benjamin, Richard M. (1994). "Review of Small Acts: Thoughts on the Politics of Black Cultures". *The Journal of Blacks in Higher Education* (3): 105. [doi:10.2307/2963122](https://doi.org/10.2307/2963122). ISSN 1077-3711. JSTOR 2963122.

Byrd, A. D., & Tharps, L. L. (2001). *Hair story: Untangling the roots of Black hair in America*. St. Martin's Press.

Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the intersection of race and sex: A Black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. *University of Chicago Legal Forum*, 1989(1), 139–167.

Dabiri, E. (2019). *No me toques el pelo*. Capitán Swing.

Gilroy, P. (1993). *The Black Atlantic: Modernity and double consciousness*. Harvard University Press.

Hall, S. (1990). Cultural identity and diaspora. In J. Rutherford (Ed.), *Identity: Community, culture, difference* (pp. 222–237).

Hooks, B. (2014). *Feminist Theory*.

From Margin to Center. Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315743172/feminist-theory-b>

ell-hooks

Izard, G. (2013). Del olvido a la memoria y la presencia: estrategias de visibilización de los movimientos sociales afrovenezolanos. *Humania Del Sur*, 8(14), 121–133. <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/humaniadelsur/article/view/5031/4822>

Lawrence & Wishart. Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.

Lave, J., & Wenger, E. (1991). *Situated learning: Legitimate peripheral participation*. Cambridge University Press.

Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things* (Revised ed.). Basic Books.

Organización de las Naciones Unidas. (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Naciones Unidas.

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/agenda-2030/>

Palacios Mosquera, A. J. (2020). El poder de la belleza negra: discursos y prácticas en torno al cabello afro. <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/entities/publication/87d3c198-1487-4c50-a2f3-ceb8bd007266>

Pineda G., E. (2019). *La afrodescendencia en Venezuela: entre el reconocimiento legal y la negligencia político-social*. Revista del Cisen Tramas/Maepova, 7(1), 173-188. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7226935>

Rodríguez, G. (2021). *Cabello afro y racismo en Venezuela: una mirada desde la identidad y la estética*. [Trabajo de Grado, UCV].

Sojo, J. P. (2022). *Nochebuena Negra* (2da ed.). Monte Ávila Editores Latinoamericana.

Obelmejías, G. (2019). *Afrodescendencia en la República Bolivariana de Venezuela:*

la consulta libre, previa e informada y el Decenio Internacional Afrodescendiente. Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas (IVIC) – Grupo GESI Tizados / CONADECAFRO. Disponible en Academia.edu.

Octavio, M. (2025). Reescribiendo los Cumbe y el cimarronaje: Resistencia y rebelión desde una perspectiva geohistórica para enriquecer el currículo de la educación venezolana. *Revista Crítica Con Ciencia*, 3(5), 350–370. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/10530418.pdf>

UNFPA & OHCHR. (2023). *Generación de datos, información actualizada y análisis basado en evidencia sobre la situación de las personas afrodescendientes en Venezuela*. Oficina del Coordinador Residente del Sistema de Naciones Unidas en Venezuela. <https://reliefweb.int/report/venezuela-bolivarian-republic/generacion-de-datos-informacion-actualizada-y-analisis-basado-en-evidencia-sobre-la-situacion-de-las-personas-afrodescendientes-en-venezuela>

Anexos

Anexo 1.

Post



Nota. Elaboración propia (2026)

Anexo 2.

Post



Nota. Elaboración propia (2026)

Anexo 3.
Post



Nota. Elaboración propia (2026)

Anexo 4.
Post



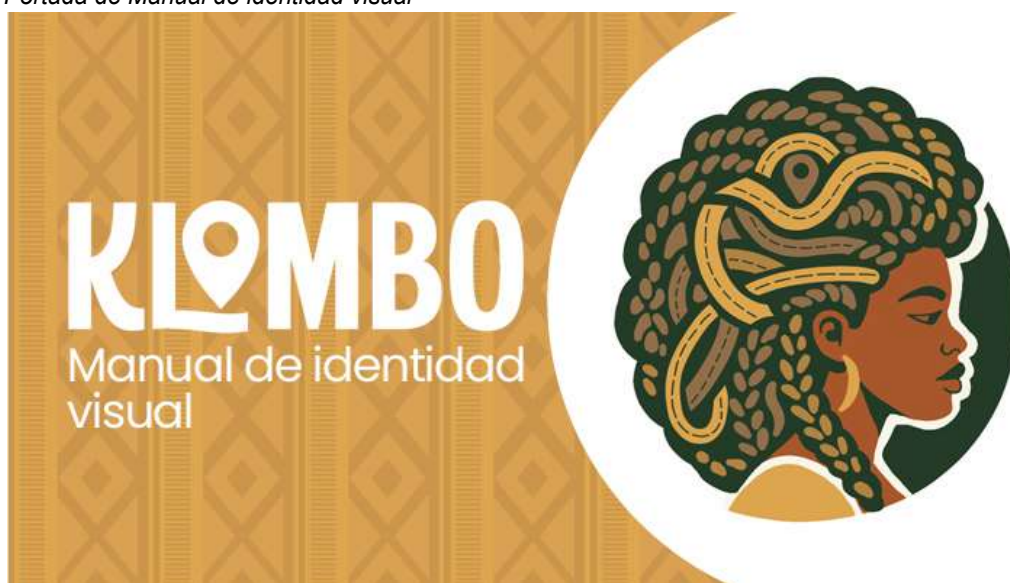
Nota. Elaboración propia (2026)

Anexo 5.
Post



Nota. Elaboración propia (2026)

Anexo 5.
Portada de Manual de identidad visual



Nota. Elaboración propia (2026)

Anexo 6.

Ejemplo de prompt para la creación de logos para @Klombo_vzla

Ayúdame a crear ejemplos de logos para Kilombo Venezuela, usando este documento y la info que hay en el como inspiración y recuerda que debe tener referencias afro, de Kilombo o Venezuela, con una paleta de colores cálidos, verdes o tierra... Luego te daré correcciones para ir trabajando mejor

Nota. Elaboración propia (2026)

Anexo 7.

Monthly Social Media Content @Klombo_vzla

KLOMBO
SOCIAL MEDIA REPORT



Periodo evaluado

El análisis se estuvo realizando por 7 semanas que han sido la duración del trabajo dentro de la página de Instagram klombo_vzla.



Objetivos del periodo

El objetivo principal fue traer temas sobre el cabello afro y la afrodescendencia a relevancia, y el segundo consolidar una comunidad a través de ese contenido.



KLOMBO

Este proyecto se estableció con la necesidad de impartir información educativa, dentro de los hallazgos destacados se encontró con un nicho vacío, puesto a que dentro de Venezuela, no existen suficientes creadores de contenido con este propósito.

Es así también como durante las publicaciones otro hallazgo fue encontrarse con un público que está dividido en personas que se identifican, personas que no conocen del tema pero les interesa y otros que se niegan al hecho de creer que estas problemáticas existen; por lo tanto reaccionan de forma negativa con la publicación de algunos contenidos. Esto quiere decir que Klombo ha sido un proyecto que consiguió y se adueñó de un espacio dentro de un nicho abandonado.



KLOMBO

KIOMBO Crecimiento de comunidad:



11.182k

En un plazo de 7 semanas la cuenta pasó de 200 a 11.182mil seguidores.



KIOMBO Publicación con Mayor alcance:

93k

La publicación con mayor alcance tiene como título "¿para ti la palabra negro es un hecho o un insulto?", trata sobre la percepción de las personas y la diversidad de palabras que se pueden usar para definir a una persona sin usar la palabra "negro".



**Logró un total de 93.215
cuentas alcanzadas.**

KIOMBO Publicación con mayores comentarios:

1k

La publicación con más comentarios lleva por título "lo que nunca te enseñaron de historia de Venezuela...", y trata sobre el término, "mejorar la raza", dentro de los comentarios se desarrolló un amplio debate entre opiniones a favor y en contra del término.



Alcanzó 1.251 comentarios.

KIOMBO Tasa de Interacción (Engagement Rate):

100,35%

Total de likes + comentarios + guardados + compartidos = 93.544 \ 93.215 x 100 = 100,35%

GUARDADOS (SAVES):



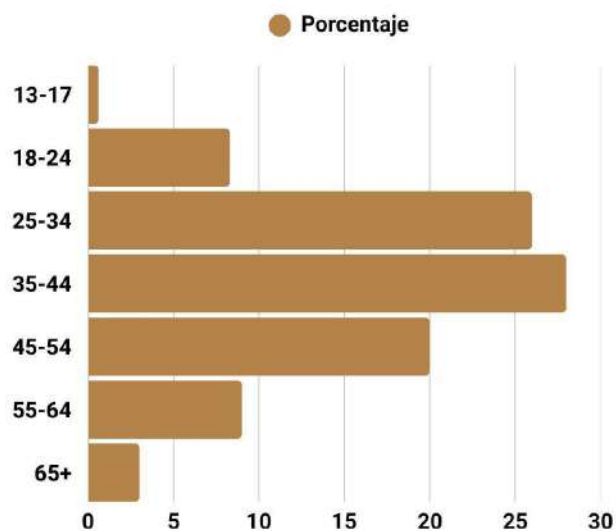
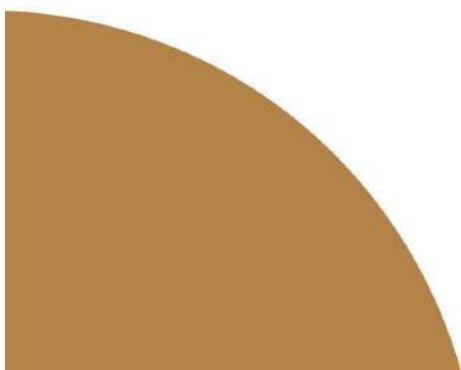
Con el conjunto de todas las publicaciones se obtuvo un total de 3.846 guardados.

COMPARTIDOS (SHARES):

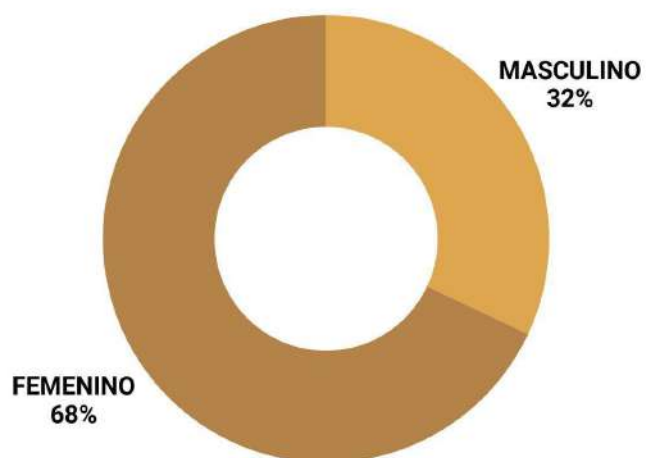


Con el conjunto de todas las publicaciones como posts y reels se obtuvo un total de 12.211 compartidos.

KLOMBO
Perfil demográfico
EDADES DEL PÚBLICO:



KLOMBO
Perfil demográfico
GÉNEROS DEL PÚBLICO:





KLOMBO

Ciudades principales en Venezuela:

CARACAS, VALENCIA,
MARACAIBO, MARACAY.

KLOMBO

Alcance (Reach):

CUENTAS
ALCANZADAS

244k

EL NÚMERO DE
CUENTAS
ALCANZADAS FUE DE
244.328.

IMPRESIONES

756k

EL TOTAL DE
IMPRESIONES EN LOS
10 CONTENIDOS
PUBLICADOS FUE DE
756.690.

VISITAS AL
PERFIL

11.6k

DEL 05 DE ABRIL AL
04 DE MAYO SE
OBTUVO VISITAS
DE 11.615
PERSONAS AL
PERFIL.

KIOMBO

Conclusiones e Insights de Valor:

(EL CIERRE)

¿Qué no funcionó?

La realización de publicaciones luego de las 9pm no permiten que el algoritmo pueda mostrarlas, ya que la audiencia no se encuentra activa, así mismo, los reels muy cortos también obtienen un menor alcance dentro de esta cuenta.

¿Qué funcionó mejor?

Los videos demostraron un mayor alcance a los carretes informativos, sin embargo dentro de los carretes lo que obtuvieron mayor alcance fueron los que contenían mayor densidad de información.

KIOMBO

Planes de optimización:

Dentro del plan de acción se contempla la colaboración con distintos creadores de contenido que puedan sumar nuevos seguidores a la plataforma, también se ajustarán los horarios de publicación, el cual será de 6pm a 8pm, y se aumentará la creación de reels informativos intervenidos con formatos de entrevista en la calle.



Nota. Elaboración propia (2026)

Anexo 8.

Modelos de logos de @Klombo_vzla elaborados con Inteligencia Artificial mediante el uso de un prompt.



Nota. Elaboración propia usando chatgpt. Versión 5.2 (2026)

Anexo 9.

Manual de identidad de la marca

<https://canva.link/vmmvm6ylqjj33fk>

Anexo 10.

Manual de contenido de la marca

<https://canva.link/gp5bsm4o08uiwb4>

Anexo 11.

Media report de la marca

<https://canva.link/z3jhj4lyhe7o4vs>