

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



TÍTULO:

“ESTRATEGIA DIGITAL DE MARCA: PRODAUVI”

PRESENTADO POR:

Teresa Nohemí Angel Díaz Carnet: AD14014

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

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN: SILVIA MARÍA ESTRADA

CIUDAD UNIVERSITARIA, 27 DE JUNIO DE 2022

INDICE

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR	3
RESUMEN	5
INTRODUCCIÓN	6
MARCA	7
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA	7
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA	9
REDES SOCIALES DE LA MARCA.....	9
LOGO DE MARCA	10
OBJETIVOS DE LA MARCA	11
KPI'S: DEFINICIÓN	12
ANÁLISIS FODA	12
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	14
BUYER PERSONA	19
EJEMPLOS DE BUYER PERSONA	21
LÍNEAS DE CONTENIDO Y LOGÍSTICA DE TRABAJO	24
CALENDARIO DE PUBLICACIONES	27
PIEZAS GRÁFICAS	31
REFERENCIAS.....	39

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS

RECTOR

PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

VICERRECTOR ACADÉMICO

ING. JUAN ROSA QUINTANILLA

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

ING. FRANCISCO ALARCÓN

SECRETARIO GENERAL

LIC. RAFAEL HUMBERTO PENA LARÍN

FISCAL GENERAL

LIC. LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE

DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

MSC. ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

DECANO

LICDA. SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

VICEDECANA

MSC. JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS

SECRETARIO DE LA FACULTAD

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

MSC. CARLOS ERNESTO DERAS

JEFE DE DEPARTAMENTO

MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

COORDINADOR GENERAL DE LOS PROCESOS DE GRADO

SILVIA MARÍA ESTRADA

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

RESUMEN

En el presente trabajo se reflejan los aspectos que conforman una estrategia digital, misma que resulta útil para la promoción de una marca personal o marca comercial.

Cabe destacar que el trabajo realizado, es una aproximación a las denominadas estrategias digitales. Dichas estrategias, tienen el claro objetivo de implementar las mejores herramientas del marketing digital para posicionar una marca (personal o comercial) sin importar su categoría.

Para la creación de una estrategia digital, es necesario que se ejecuten diversas actividades de planificación para sentar la bases que darán paso al éxito de dicha estrategia.

Las estrategias digitales son útiles y aplicables en distintos ámbitos del mundo digital.

En la actualidad, lo que ha llevado al éxito a distintas marcas en redes sociales es la correcta elaboración y ejecución de las mismas, basadas en el análisis de competencia, calendarios de publicaciones, construcción de FODA, entre otras herramientas que ayudan a tener un amplio panorama de lo que se desea realizar con la marca ofertada. Es importante destacar que, para la construcción y ejecución de una estrategia digital, el profesional debe tener claro que los tiempos con los que se cuentan para la creación de la propuesta de estrategia digital, influyen en la calidad y efectividad de ella.

Palabras clave: estrategia digital, redes sociales, marketing digital, marca.

INTRODUCCIÓN

De acuerdo a Pablo Cárdenas, escritor del artículo titulado *“La importancia del Marketing digital hoy en día: diferencias entre empresas que sí y empresas que no,* las redes sociales han cambiado la forma tradicional de hacer publicidad, dando paso al surgimiento de lo que hoy se conoce como Marketing Digital.

Según dicho autor, el marketing digital se ha encargado de involucrar a los usuarios de la internet en la experiencia de compra o adquisición de servicios a través de canales digitales, logrando que el usuario cambie su perspectiva de lo que es ser un cliente de una marca.

Partiendo de lo anterior, el marketing digital se ha convertido en una de las herramientas más importantes del internet, pues mediante su construcción a partir de estrategias, se busca incrementar las ventas y/o ganancias de los ofertantes de productos o servicios a través de las plataformas digitales, y más específicamente en redes sociales.

La anterior premisa, da paso a la consolidación de ideas que permiten crear estrategias digitales como la que en el presente trabajo se detalla.

Cabe destacar que cada uno de los elementos expuestos en el presente trabajo, son una aproximación a lo que resulta ser una estrategia digital pensada para posicionar una marca, ya sea personal o comercial

MARCA

PRODAUVI es el nombre de la marca que ofrece servicios de producción audiovisual. Su nombre proviene de las abreviaturas siguientes:

PROD: Productora

AUVI: Audiovisual

Como su nombre lo indica, está enfocada en la producción de contenido audiovisual.

Su logo se compone de las iniciales PAV, acompañada de un carrete de película y una cámara que hace referencia a la producción audiovisual.

Los colores retomados son neutros debido a la tendencia vintage en redes sociales.

DESCRIPCIÓN DE LA MARCA

Producciones audiovisuales (video y fotografía) de diferentes temáticas, son los que ofrece PRODAUVI.

Con este servicio, las personas interesadas en contratarlo podrán tener la seguridad de que sus recuerdos, fechas más importantes, fotografías y videos publicitarios, etc. estarán en formatos digitales para que puedan acceder a ellas cuando y donde quieran y de esa manera, hacer uso de dichos materiales.

A diferencia de la gran mayoría de producciones audiovisuales que se ofertan con frecuencia, PRODAUVI ofrece los contenidos producidos, adaptados a dimensiones que encajan perfectamente con las medidas de redes sociales.

De esta manera, la persona que adquiera el servicio no tendrá que realizar ediciones extra, o recortar parte del rostro de alguien porque "no cabe en la foto de WhatsApp o Instagram".

Por el contrario, es 100% seguro que al adquirir el servicio que ofrece PRODAUVI estarás satisfecho y compartirás al instante tus sesiones fotográficas y videos de producción profesional que se adapten a tus necesidades.

Si el cliente es una persona que disfruta postear a cada momento los detalles importantes de su vida, darle vida a su negocio, o detesta realizar ajustes de los contenidos de forma manual, PRODAUVI será su opción ideal.

Con PRODAUVI se podrá ahorrar el tiempo de edición, y ajustes de dimensiones; además no tendrá que preocuparse por encontrar una productora audiovisual que ofrezca sus servicios en tiempos de entrega increíbles a precios cómodos con paquetes que se adaptan al bolsillo de cualquiera

				
Perfil 400x400	Perfil 400x400	Perfil 500x500	Perfil 400x400	Perfil 250x250
Portada 851x315	Cuadrada 1080x1080	Portada 1500x500	Portada 2000x600	Portada TV 2560x1440
Enlace 1200x628	Vertical 1080x1350	En tweet 1024x512	Enlace 520x272	Portada estándar 800x200
Stories 750x1334	Horizontal 1080x566	Cards 800x418	Post 520x320	Miniatura 1280x720
Anuncios	Stories 750x1334			

Tamaño ideal de las imágenes en Redes Sociales (px)

SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

Debido a que la marca PRODAUVI está comenzando en el mundo digital y de redes sociales, es importante destacar que aún no cuenta con un posicionamiento.

Como punto a favor de la marca PRODAUVI, la misma ya cuenta con sus respectivas cuentas de redes sociales y está a punto de lanzar su primera estrategia de contenidos.

PRODAUVI surge como una idea de presentar contenido audiovisual de distintas categorías con el objetivo de ser un referente de producción de calidad para personas que se encuentren interesadas en producciones audiovisuales.

REDES SOCIALES DE LA MARCA

Canales a utilizar

Instagram: será la red social principal de PRODAUVI debido a que es una red completamente visual. El contenido audiovisual producido por PRODAUVI se acopla al formato de Instagram, pues en su mayoría se publican fotos y en algunos casos videos.

Las herramientas de interacción que ofrece Instagram se adaptan a la necesidad de interactuar con seguidores para crecer como marca PRODAUVI.

Con la presencia de la marca en esta red social se espera que haya un posicionamiento de la misma en la zona donde PRODAUVI surge (Lourdes).

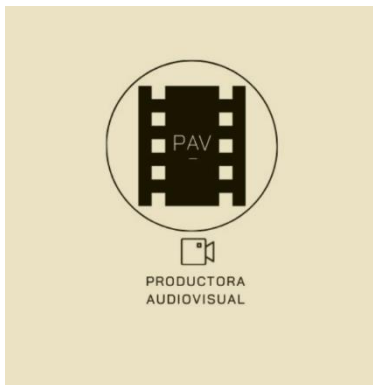
Facebook: Se ha decidido utilizar Facebook como una cuenta secundaria de la marca.

Facebook es una red social que resulta útil para pautar anuncios, y en este caso servirá para colocar la marca mediante SEM.

Más que una cuenta de marca, será una cuenta administrativa mediante la cual se gestione la pauta publicitaria y atención al cliente cuando sea necesario.

El motivo de esta decisión, es debido a que (por ahora) es importante que la marca crezca para lograr el objetivo de vender los servicios.

LOGO DE MARCA



El logo se compone de las iniciales PAV, acompañada de un carrete de película y una cámara que hace referencia a la producción audiovisual.

Los colores retomados son neutros debido a la tendencia vintage en redes sociales.

OBJETIVOS DE LA MARCA

Objetivos generales:

- Crecer como marca en redes sociales para comenzar a crear una comunidad que se interese por el servicio ofrecido y lograr (a futuro) vender el servicio.
- Retener el número inicial de seguidores en los primeros días de lanzamiento de la marca. Paralelo a ello, se espera aumentar el número de seguidores.

Objetivos específicos:

- Alcanzar una calificación por respuesta de mensajes. Se espera obtener el "normalmente responde en menos de una hora". Esto para reflejar la actividad y atención en redes.
- Recibir likes en las primeras publicaciones de la página para poder llevar un control de lo efectiva que es la estrategia.
- Crear contenido variado con diferentes líneas o pilares de manera organizada para los primeros 15 días para generar tráfico en redes.

Alcanzar una meta de mínimo de 100 compartidos de publicaciones en los primeros 15 días de lanzamiento, para movilizar la marca.

KPI'S: DEFINICIÓN

- Obtener el "normalmente responde en menos de una hora" en Facebook.
- Alcanzar una meta de mínimo de 100 compartidos en publicaciones.
- Obtener como mínimo 250 seguidores los primeros 15 días, y a final de mes 500.
- Recibir y atender un promedio de 10 mensajes la primera semana en cualquiera de las redes sociales (o en conjunto) para solventar dudas sobre la marca y sus servicios en general.

ANÁLISIS FODA

Fortalezas

- Inversión tecnológica que permitirá el correcto funcionamiento de la misma durante las producciones audiovisuales.
- Experiencia en producciones audiovisuales de carácter comercial, periodístico y eventos sociales de toda categoría.
- Personal experto en producciones enfocadas en historias de vida y sentido humano que permite dar paso a la emotividad o diferentes enfoques según convenga.

Oportunidades

- Precios justos para posibles clientes que deseen invertir en producciones de calidad con poco presupuesto.
- Producciones audiovisuales de calidad con la característica de entregas en cortos lapsos de tiempo.
- Única y primera empresa de producción audiovisual que surge en Lourdes colón, La Libertad.

Debilidades

- Recurso humano limitado (4 personas para video, fotografía y postproducción)
- No contamos con una infraestructura propia para el rodaje de las producciones audiovisuales.
- Escaso presupuesto para compra de licencias de renovación de la suite de Adobe.

Amenazas

- Ser la primera empresa de producción audiovisual profesional que surge en Lourdes colón. Esto podría afectar en cuanto a la desconfianza hacia la marca, ya que no existe un récord previo de los trabajos realizados.
- Adaptación al mercado en donde surge: precios accesibles y acordes a la ubicación geográfica del proyecto. Riesgo latente en cuanto al despegue de la productora debido a los bajos costos de servicios.
- Posible surgimiento de otra marca que ofrezca los mismos servicios.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Debido a que en la zona donde se pretende lanzar el proyecto o marca **PRODAUVI**, no posee más ofertantes del servicio, se procedió a hacer un análisis general sobre la competencia con los mismos servicios en diferentes ubicaciones geográficas.

Algunos de los perfiles que se tomarán de referencia para dar paso a dicho análisis, son:

Portafoliostudio: fotografía y producción de videos de boda (Facebook).

Portafoliostudio: fotografía y producción de videos de boda (Instagram).

Luisquintanilla.fotografía: servicio de fotografía. Carece de producción de video. (Instagram).

PORTAFOLIOSTUDIO (FACEBOOK)

De acuerdo a constantes monitoreos necesario para llevar a cabo el análisis de la competencia, se pudo identificar que la marca Portafoliostudio cerró su página de Facebook.

Esto se puede confirmar realizando una búsqueda con el nombre anteriormente mencionado, dejando como resultado la nulidad del mismo.

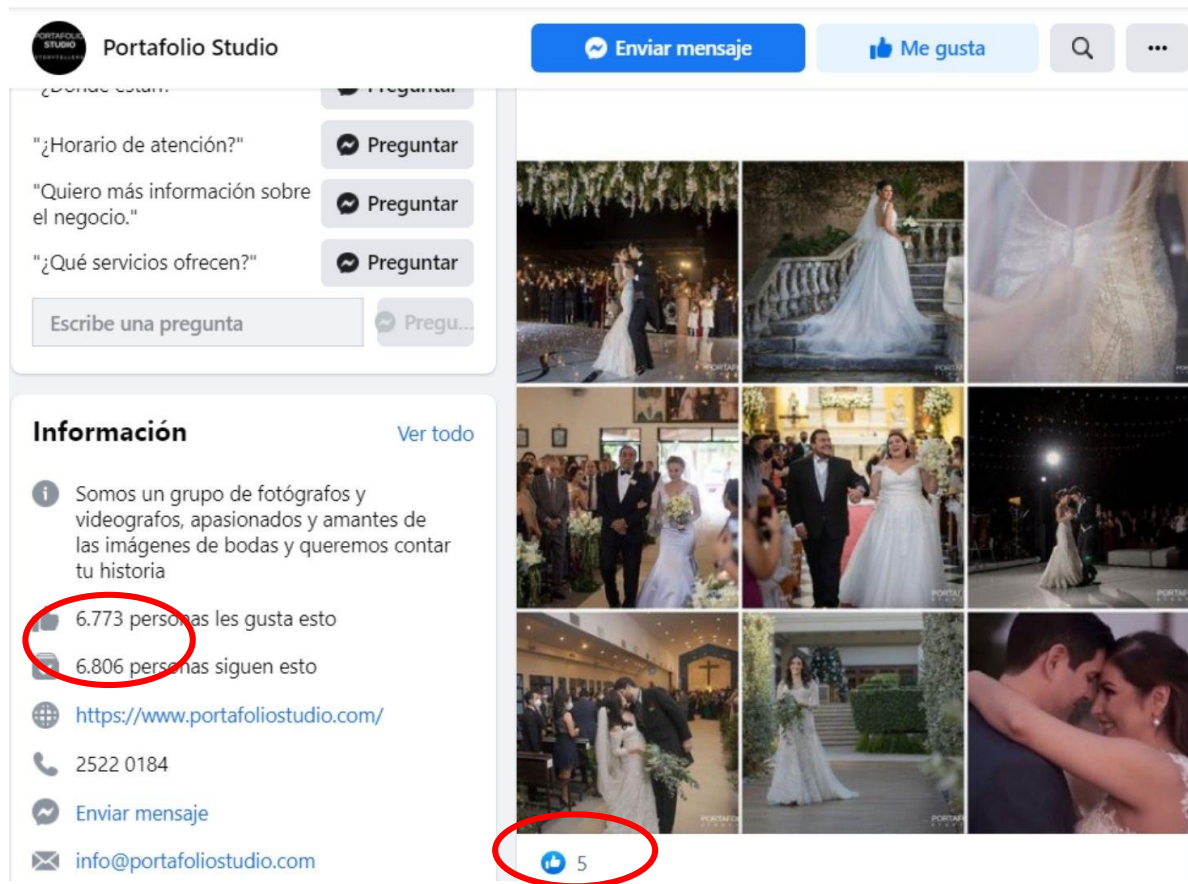
A pesar de lo expuesto en el párrafo anterior, cabe destacar que, en las constantes búsquedas de información respecto a la competencia, se pudo encontrar la existencia de una Fanpage de la marca, misma que habría sido eliminada recientemente.

En dicha búsqueda, se pudo almacenar capturas de pantalla que sirven como referencia para hacer un análisis a profundidad sobre el manejo de las redes sociales de Portafoliostudio y evaluar así, su efectividad.

Portafoliostudio ofrece producciones audiovisuales únicamente para bodas.

A pesar de tener una comunidad de 6.806 personas seguidoras en Facebook, esta página únicamente cuenta con publicaciones que alcanzan las 5 reacciones en fanpage oficial





Se podría decir que desde 2020, esta ha sido la publicación con mayor número de reacciones.

PORTAFOLIOSTUDIO (INSTAGRAM)

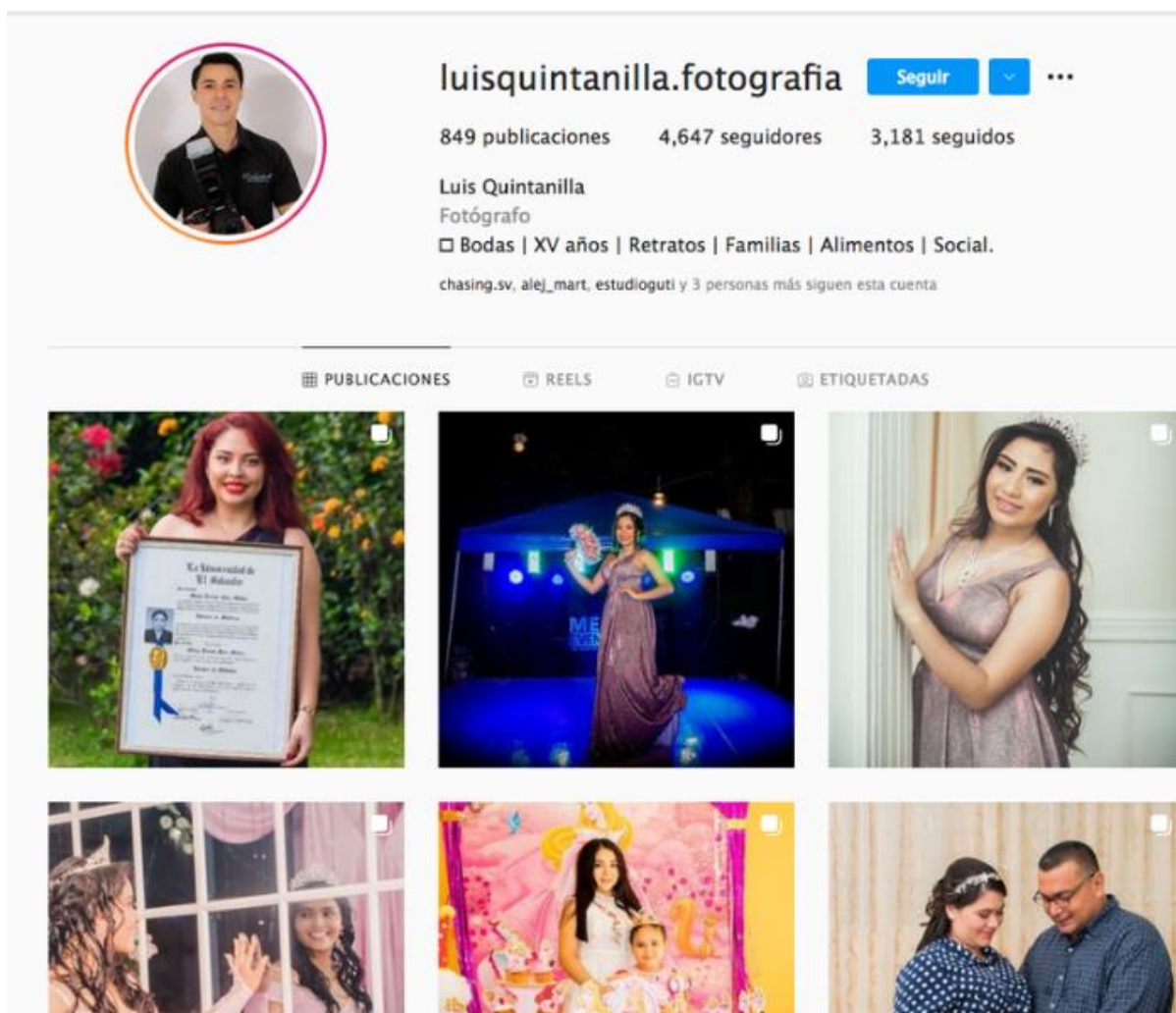
A diferencia de Facebook, la cuenta oficial de PORTAFOLIOSTUDIO en Instagram, posee una de las publicaciones más exitosas de la productora.

La publicación con mayor número de reacciones alcanza los 167 corazones en un post realizado el 14 de febrero de 2020. De esa fecha hasta ahora, los números son irregulares.

LUISQUINTANILLA.FOTOGRAFÍA

Al igual que PRODAUVI, Luisquintanilla.fotografía se dedica a la producción profesional de contenido relacionado a eventos sociales, familiares, y religiosos.

La única variante de esta competencia, es que carece del servicio de producción de video.



The image shows the Instagram profile for 'luisquintanilla.fotografia'. The profile picture is a circular portrait of a man in a black shirt. The name 'luisquintanilla.fotografia' is displayed in a large font, with a blue 'Seguir' button and a three-dot menu icon to its right. Below the name, the statistics are listed: '849 publicaciones', '4,647 seguidores', and '3,181 seguidos'. The bio identifies 'Luis Quintanilla' as a 'Fotógrafo' and lists services: 'Bodas | XV años | Retratos | Familias | Alimentos | Social.'. It also mentions 'chasing.sv, alej_mart, estudio Guti y 3 personas más siguen esta cuenta'. The post grid is visible, showing six photos: a woman with a certificate, a woman in a purple gown on a stage, a woman in a purple gown, two women in tiaras, a woman with a child, and a couple.



Las publicaciones de esta marca, a diferencia de la anterior poseen numerosas reacciones. La más exitosa de ellas alcanza los 429 corazones de IG; sin embargo, el numero no compensa la cantidad de seguidores que posee . Sus seguidores son 4,647

PRODAUVI

Tabla resumen

- 1 portafoliostudio
- 2 luisquintanilla.fotografía

facebook portafoliostudio
 Los números de seguidores en FB no coinciden con los números de las reacciones.

instagram portafoliostudio
 A diferencia de las interacciones en FB, los números en ig son más.

facebook luisquintanilla.fotografía
 No posee esta red social.

instagram luisquintanilla.fotografía
 La comunidad de Instagram es relativamente grande, sin embargo los números no compensan el total de seguidores.

Comentarios: puede ser que ambas cuentas recurran al SEM para posicionarse, pero no hay una administración interactiva en las cuentas de cada perfil.

BUYER PERSONA

¿Qué es el buyer persona?

De acuerdo a Brandcrops, una agencia consultora española que se dedica a la formación de profesionales del marketing, así como también al manejo de redes sociales, en su *Guía básica Buyer Persona*, define al buyer persona como:

“un personaje ficticio que se construye para representar nuestro cliente potencial, con el objetivo de entenderlo y poder definir que necesitan de la marca”. Brandcrops (2022).

En pocas palabras, un buyer persona es una especie de perfil que ayuda a proyectar o tener una idea o aproximación del posible cliente. Según expertos en el ámbito de la creación de estrategias digitales, el buyer persona debe ser construido a partir de la investigación o estudio a detalle de los clientes potenciales.

En dicho estudio, el profesional del marketing debe abordar puntos específicos y determinantes para la creación del buyer persona como los que a continuación se presentan:

¿Quién es? ¿Dónde vive? ¿Cómo se llama? ¿Cuántos años tiene? ¿qué hace? ¿A qué se dedica? ¿Cuáles son sus necesidades más usuales? ¿Quiénes le rodean? ¿Estudia? ¿Trabaja?, etc.

Cada una de las preguntas planteadas ayudará a entender mejor a ese perfil de cliente potencial. Entre más preguntas y más detalladas sean, cada una de ellas

favorecerá a la creación de un buyer persona muy bien acertado para definir nuestro público meta o cliente potencial.

EJEMPLOS DE BUYER PERSONA

Helena Alarcón

PRODAUVI



Helena es una joven soltera en un rango de edad de entre 25 y 30 años.

Actualmente Helena tiene una relación sentimental y muy probablemente su novio le proponga matrimonio.



Desde pequeña, Helena ha soñado con una propuesta y una boda de ensueño, y por supuesto, quiere tener registro de todo lo que acontezca en esas fechas importantes para compartirlo en sus redes sociales.

Helena siempre ha vivido en la zona de Lourdes Colón, y debido a la escasez de ciertos servicios, constantemente recurre al exterior del municipio para solventar algunas necesidades.



Como en reiteradas ocasiones lo ha expresado, si algún día se llega a casar, Helena teme no encontrar un equipo de confianza que se encargue de tomar las fotografías y vídeos de los días más importantes de su vida sin preocuparse por la calidad y el costo de ellos.

Por esta razón, Helena es un cliente potencial de PRODAUVI.



Fernando López

Fernando es un joven de entre 25 y 30 años de edad. Fernando es community manager de una empresa X, pero una de las debilidades de la empresa para la que trabaja, es que no posee equipo profesional para fotografía y video para crear sus propias producciones.



Fernando tiene planeado lanzar una campaña en la que requiere presentar la marca para la que trabaja mediante publicaciones audiovisuales en las redes sociales de la misma.

La empresa para la que trabaja Fernando se encuentra ubicada en Santa Tecla. Un promedio de 15-20 minutos de trayecto es la distancia que existe desde Lourdes (donde se ubica PRODAUVI) hasta Santa Tecla (donde se encuentra el lugar de trabajo de Fernando).



Por esta razón, necesita encontrar profesionales que le ayuden a trabajar algunas de sus ideas audiovisuales con las que pretende innovar la imagen de la marca para la cual trabaja.

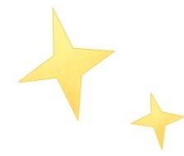


Abigail Hernández

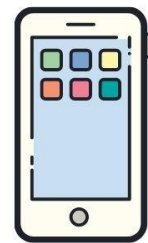


Abigail es una chica que recientemente ha decidido iniciar con su emprendimiento de joyería y gracias a la tecnología promueve su marca en redes sociales (específicamente en Instagram y Whatsapp)

Aby apenas comienza en su negocio, pero es una chica muy delicada y le gustaría presentar sus productos de manera elegante. Su presupuesto es escaso y busca a alguien que le ayude en su proyecto.



Debido a que Instagram es una red completamente visual, y WhatsApp permite las cuentas business, Aby desea invertir en fotografía de productos para post en ig y catálogos de WhatsApp sin tener que preocuparse por estar ajustando las fotografías o contenidos ella misma.



Abigail desea que su emprendimiento crezca a partir de sus publicaciones en redes pues es lo que está en auge. Abigail necesita profesionales del area audiovisual para sacar adelante su proyecto y lograr su sueño.



LÍNEAS DE CONTENIDO Y LOGÍSTICA DE TRABAJO

Desde PRODAUVI se ha planificado realizar publicaciones que están pensadas para un lapso de 2 semanas, esto con el objetivo de iniciar la difusión de la marca en redes sociales, es decir, definir un punto de partida que permita el reconocimiento y posicionamiento de la marca PRODAUVI en las redes sociales anteriormente definidas (Facebook e Instagram).

Para reflejar la logística de trabajo, se presenta a continuación una tabla de las estrategias a utilizar dentro de la logística con su respectivo plan de ejecución.

ESTRATEGIA	CONCEPTO/ FUNCIÓN	PLAN DE EJECUCIÓN
ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN DE LA MARCA	La fidelización de la marca consiste en mejorar la imagen de la misma, mediante estímulos o incentivos ofrecidos a los clientes que deseen contratar los servicios o productos, en este caso, de PRODAUVI.	Elaboración de publicaciones con estímulos de descuentos y ofertas especiales para quienes comienzan a seguir y compartir la página de la marca.

<p>MARKETING DE CONTENIDO</p>	<p>Consiste en brindar información útil para los usuarios de las redes, y más específicamente, para personas que están interesados en adquirir los productos o servicios que ofrece la marca.</p>	<p>En término generales, creación de contenido útil para clientes. Tips, ideas para hacer por sí mismos, datos curiosos acerca de los servicios que ofrece PRODAUVI, hacks, etc.</p>
<p>ESTRATEGIA DE INTERACCIÓN</p>	<p>Por lo general, es útil para que los usuarios o clientes potenciales se sientan identificados con la marca, interaccionen en las publicaciones realizadas, y de esta forma desarrollar la confianza necesaria respecto a la calidad del producto o servicio, y llegar así, a una compra</p>	<p>Encuestas en Instagram que permitan al cliente potencial sentirse escuchado respecto a sus necesidades en relación a la marca. Resolver dudas mediante encuestas, Stories, etc.</p>

	de productos o contratación de servicios.	
BRANDING	Con la implementación del branding, lo que se busca es dar a conocer la marca para generar una mayor difusión o alcance de contenidos, para crecer como marca en redes sociales.	Presentación de la marca PRODAUVI, mediante post con piezas gráficas en el feed de Facebook e Instagram de la marca

CALENDARIO DE PUBLICACIONES

CALENDARIO DE PUBLICACIONES

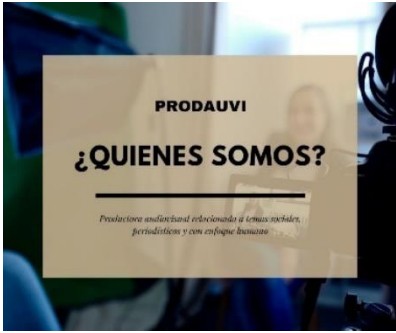
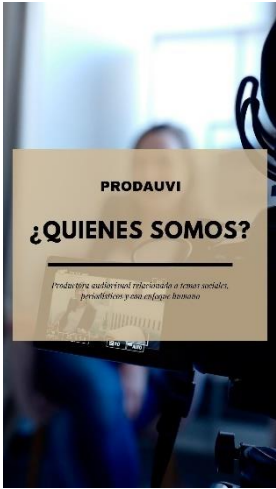


FECHA	FACEBOOK	INSTAGRAM	TIPO DE CONTENIDO	COPY	LINEA DE CONTENIDO
Viernes 01			Post de Facebook Instagram Story	#Conócenos PRODAUVI es una productora audiovisual que ofrece sus servicios a costos accesibles.	Branding
Sábado 02			Post de Facebook Instagram Story	#Conócenos Puedes encontrarnos en Lourdes Colón, La Libertad. También contactarnos al WhatsApp Tel. #####	Branding
Domingo 03			Post de Facebook Instagram Story	#Conócenos Creamos contenido audiovisual para redes. Producimos videos, Ig Story, fotografías, artes, etc. Mas información en bio.	Branding

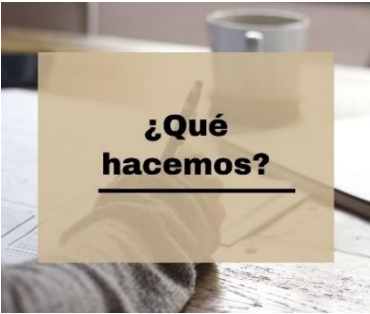
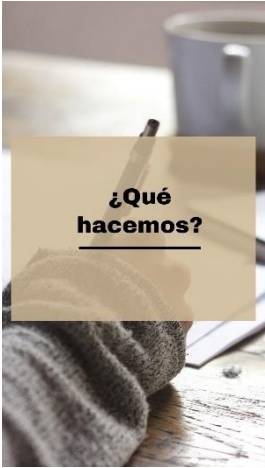
Lunes 04			Post de Facebook Instagram Story	#Conócenos Creamos contenido audiovisual para redes. Producimos videos, Ig Story, fotografías, artes, etc. Mas información en bio.	Branding
Martes 05	X		Instagram Story	NO REQUIERE COPY	Branding
Miércoles 06	X		Instagram Story	NO REQUIERE COPY	Branding
Jueves 07	X		Instagram Story	NO REQUIERE COPY	Contenido de valor
Viernes 08	X		Instagram Story	NO REQUIERE COPY	Contenido de valor
Sábado 09			Reel + post de Facebook	#Produciendo Anímate a contratar tu primer servicio audiovisual con PRODAUVI. #Recuerdos #Calidad	Branding/ producciones propias

Domingo 10	X		Hilo de Ig historias "cuál prefieres"	NO REQUIERE COPY	Interacción/ Branding
Lunes 11		X	Post para Facebook	#Produciendo ¿Qué esperas? Emprendedores ya disfrutan de los servicios de PRODAUVI. Realizamos todo tipo de producción audiovisual. #Negocio #Crecer #Emprendimiento	Interacción/ Branding
Martes 12	X		Hilo de Ig Historias "Sabías que..." Plantilla Para interacción con encuestas	NO REQUIERE COPY	Interacción/ Branding
Miércoles 13		X	Post para Facebook	¿Requieres servicios profesionales de producción audiovisual para tu empresa? Utiliza las redes sociales para crecer.	ventas


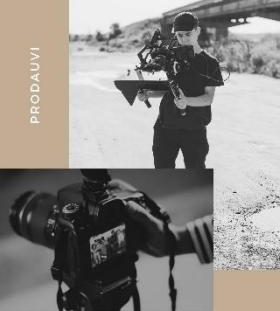
				¡Escríbenos!	
Jueves 14		X	Post para Facebook	¡Descuentos de lanzamiento! #PRODAUVI ¡Escríbenos!	Ventas
Viernes 15		X	Post para Facebook	¡Descuentos de lanzamiento! #PRODAUVI ¡Escríbenos!	Ventas




PIEZAS GRÁFICAS



DIA	COPY	RED SOCIAL	PIEZA GRÁFICA FACEBOOK	PIEZA GRÁFICA INSTAGRAM
1	<p>#Conócenos</p> <p>PRODAUVI es una productora audiovisual que ofrece sus servicios a costos accesibles.</p>	<p>Facebook</p> <p>Instagram</p>	 <p style="text-align: center;">PRODAUVI</p> <p style="text-align: center;">¿QUIENES SOMOS?</p> <p style="text-align: center;"><small>Productora audiovisual especializada en temas sociales, periodismo y con enfoque humano.</small></p>	 <p style="text-align: center;">PRODAUVI</p> <p style="text-align: center;">¿QUIENES SOMOS?</p> <p style="text-align: center;"><small>Productora audiovisual especializada en temas sociales, periodismo y con enfoque humano.</small></p>
2	<p>#Conócenos</p> <p>Puedes encontrarnos en Lourdes Colón, La Libertad.</p>	<p>Facebook</p> <p>Instagram</p>	 <p style="text-align: center;">UBICACIÓN</p>	 <p style="text-align: center;">UBICACIÓN</p>



	<p>También contactarnos al WhatsApp Tel. #####</p>			
3	<p>#Conócenos Creamos contenido audiovisual para redes. Producimos videos, Ig Story, fotografías, artes, etc. Más información en bio.</p>	<p>Facebook Instagram</p>		


<p>4</p>	<p>#Conócenos</p> <p>Somos profesionales de la producción audiovisual con estudios en escuelas de fotografía y video españolas.</p> <p>Ofrecemos fotografía y videos para eventos, producciones comerciales, emprendimientos, etc.</p>	<p>Facebook</p> <p>Instagram</p>		
-----------------	--	----------------------------------	--	---

5		Instagram		 <p>Produccion para tí y tu empresa</p> <p>Descubre más de nosotros en bio</p>
6		Instagram		 <p>Expertos en producción audiovisual</p> <p>Descubre más de nosotros en bio</p>

7		Instagram		 <p>ProduTips</p> <p>POTENCIA TU NEGOCIO!</p> <p>¿ERES EMPRENDEDOR?</p> <p>Sabías que... la calidad de producción audiovisual de tu emprendimiento en redes sociales ayuda a potenciar tu marca.</p>
8		Instagram		 <p>ProduTips</p> <p>CUIDA DE LOS DETALLES</p> <p>IMÁGENES PARA REDES</p> <p>Es ampliamente recomendable que tengas claro el uso que le darás a tu contenido audiovisual en redes.</p>
9		Facebook Instagram		<p>REEL</p>

<p>10</p>		<p>Facebook</p> <p>Instagram</p>		 <p>¿QUÉ PREFIERES? VERSION AUDIOVISUAL</p> <table border="1"> <tr> <td>FOTOGRAFÍAS</td> <td>VIDEOS</td> </tr> <tr> <td>IG FEED</td> <td>IG HISTORIES</td> </tr> <tr> <td>POST FB</td> <td>FB HISTORIES</td> </tr> </table> <p>GRACIAS POR JUGAR</p>	FOTOGRAFÍAS	VIDEOS	IG FEED	IG HISTORIES	POST FB	FB HISTORIES
FOTOGRAFÍAS	VIDEOS									
IG FEED	IG HISTORIES									
POST FB	FB HISTORIES									
<p>11</p>	<p>#Produciendo</p> <p>¿Qué esperas?</p> <p>Emprendedores ya disfrutan de los servicios de PRODAUVI.</p> <p>Realizamos todo tipo de producción audiovisual.</p>	<p>Facebook</p>								

	<p>#Negocio</p> <p>#Crecer</p> <p>#Emprendimiento</p>			
12		Instagram		<p>ESTE O ESTE...</p> 
13		Facebook		
14	<p>¡Descuentos de lanzamiento!</p> <p>#PRODAUVI</p>	Facebook		

	¡Escríbenos!			
15	<p>¡Descuentos de lanzamiento!</p> <p>#PRODAUVI</p> <p>¡Escríbenos!</p> <p>Mayor información vía DM, In box, y WhatsApp.</p>	Facebook		

REFERENCIAS

- García López, Cano Flores (2022). *El FODA: una técnica para el análisis de problemas en el contexto de la planeación en las organizaciones* (ensayo) [SECCIN \(uv.mx\)](#)
- Brandcrops (2022). *Guía básica y plantilla ¿qué son los buyer persona y cómo se crean?* [Archivo PDF] https://es.semrush.com/blog/como-crear-un-buyer-persona/?kw=&cmp=LM_SRCH_DSA_Blog_Core_BU_ES&label=dsa_page_feed&Network=g&Device=c&utm_content=515771136133&kwid=dsa-1064844093050&cmpid=11816984086&agpid=115746096198&BU=Core&extid=23623708045&adpos=&gclid=EA1aIQobChMIjt_L-NOX-AIVfsmUCR3_7QCIEAAYASAAEgLX1vD_BwE
- Martínez O., Reinoso O., (2016) Las redes sociales como impulsor en el crecimiento de los Emprendedores y las MiPyMes. *Revista de Negocios & PYMES, Vol.2 No.5 34-44.* [Revista de Negocios & PYMES V2 N5 5.pdf \(ecorfan.org\)](#)
- Pedroni F., Moral M., (2022) Estrategia de marketing en la era digital: explorando el fenómeno de las redes sociales. *Revista de ADENAG.* [CONICET Digital Nro.85929718-7a09-4016-bbc9-5cb71428d09b_B \(2\).pdf](#)
- López, C. (2022). *La importancia del marketing digital hoy en día “diferencias entre empresas que sí y empresas que no”* [Archivo PDF] https://www.researchgate.net/publication/356789668_La_importancia_del_Marketing_digital_hoy_en_dia_DIFERENCIAS_ENTRE_EMPRESAS_QUE_SI_Y_EMPRESAS_QUE_NO