

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



**TÍTULO:**

“ESTRATEGIA DE MARCA PERSONAL: Georgina Martínez”

**PRESENTADO POR:**

GEORGINA BRISEYDA MARTÍNEZ PÉREZ

**CARNET**

(MP14010)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN DE MEDIOS DIGITALES  
Y REDES SOCIALES PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN PERIODISMO**

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:**

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LOPEZ

**COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADO:**

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. Fabio Castillo Figueroa, San Salvador,  
El Salvador, 3 de Septiembre del 2022**

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL  
SALVADOR**

**RECTOR:  
MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO**

**VICERRECTOR ACADÉMICO:  
PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ**

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO  
INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA**

**SECRETARIO GENERAL  
INGENIERO FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN  
SANDOVAL**

**FISCAL GENERAL  
LICENCIADO RAFAEL HUMBERTO PEÑA MARÍN**

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

**DECANO:  
MAESTRO ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS**

**VICEDECANA:  
MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE  
SERRANO**

**SECRETARIO DE LA FACULTAD:  
MAESTRO JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS**

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE  
PERIODISMO**

**JEFE DEL DEPARTAMENTO  
MSC. CARLOS ERNESTO DERAS**

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN  
LICDA. SILVIA MARIA ESTRADA LOPEZ**

**COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADO  
MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

## INDICE

### Contenido

<b>RESUMEN</b> .....	6
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	7
<b>SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA</b> .....	8
<b>Información del logo de la marca:</b> .....	9
<b>Objetivos de la marca:</b> .....	10
<b>Objetivos generales:</b> .....	10
<b>Objetivos específicos:</b> .....	10
<b>KIP´S</b> .....	11
<b>Descripción de la marca</b> .....	12
<b>FODA</b> .....	13
<b>Redes sociales de la marca</b> .....	14
<b>Análisis de la competencia</b> .....	15
<b>Buyers persona</b> .....	21
<b>Canales digitales y líneas de contenido</b> .....	23
<b>Líneas de contenido</b> .....	24
<b>Calendario de contenido</b> .....	25
<b>Bibliografía</b> .....	39

## RESUMEN

Este informe presenta el proceso de creación de una marca personal, la planificación de estrategias digitales, su desarrollo y medición de resultados a través de análisis de métricas obtenidas. La creación de una marca personal implica identificar y comunicar las características que hacen de la marca diferente a su competencia, es decir, otras marcas del mismo rubro y aprovechar estas características para la formulación de estrategias digitales.

El uso de estrategias digitales adecuadas a la marca personal puede determinar su posicionamiento en el mundo digital, ya que éstas se orientan al uso correcto de las redes sociales y recursos digitales que, a través de objetivos y metas claras, logran la difusión de la marca personal.

Este proceso requiere de investigación, creación y preparación de logística donde sin duda, la organización es fundamental. Por otra parte, el éxito de una marca personal no solamente depende de la implementación de estrategias digitales, sino también de la calidad del contenido de valor que ofrece.

**Palabras claves:** Marca personal, Redes sociales, Contenido digital, Estrategia digital.

## INTRODUCCIÓN

En primer lugar, es necesario saber qué es una marca personal: El concepto de marca personal hace referencia a considerarse uno mismo como a una marca. También podemos decir que una marca personal es un sello propio de identidad como profesional o referente en algún rubro en específico.

El concepto de marca personal fue ideado por Jeff Bezos, fundador y director ejecutivo de Amazon, a finales de los años 90 en EEUU y rápidamente se extendió por Europa debido a la necesidad de diferenciarse en un mercado en el que hay exceso de profesionales.

Antes que nada, es necesario tener claridad en la estrategia a seguir. Uno de los grandes errores es trabajar el branding personal sin tener haber creado previamente un plan estratégico. Y es que, en muchas ocasiones, la tentación de querer resultados inmediatos nos hace dejar de lado el desarrollo de una estrategia para lograr una buena reputación en el mercado.

En el presente trabajo se realiza una estrategia de marketing de mi marca personal con el objetivo de darme a conocer sobre los servicios que brindo.

Las marcas personales se diferencian de las marcas comerciales básicamente en que son representadas bajo el sello de un individuo, mientras que la comercial se relaciona con un negocio que comercializa bienes o servicios.

Otra de las diferencias entre ambas marcas es que la marca personal identifica los valores y principios de una persona a nivel profesional, en cambio, la marca comercial se enfoca en la diferenciación de los productos y servicios de un negocio en crecimiento o empresa consolidada.

Una de las características más importantes de una marca personal es que no puede ser transferible, es decir, si la persona decide irse, la marca se va consigo, no puede ser dada a otra persona. Al tratarse de una marca personal, suele generar mayor empatía con la gente, y esto trae consigo que haya una mayor confianza entre ambos bandos

## SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

“Georgina Martínez – Fotografía” es una marca personal que nació en 2016 dedicada a la producción y edición de fotografías personales y de eventos.

Los servicios fotográficos incluyen la producción y edición de las fotografías, y la impresión de las mismas.

No se cuenta con redes sociales propias ni página web, ya que desde el 2016 a la fecha se ha mantenido desde las recomendaciones personales entre cliente y cliente.

Por lo tanto, la marca no se encuentra en redes sociales, tampoco en web ni posicionamiento SEO

La marca personal no tiene en sí una estrategia de contenidos en redes sociales en concreto, pues de vez en cuando se publican algunas fotografías de eventos, paisajes o sesiones personales desde el perfil personal de la propietaria.

### Logo de la marca:





## Información del logo de la marca:

El logo de la marca personal se compone de 2 círculos finos que representan confianza, y la simetría en ellos representa el orden responsabilidad.

Los colores del logo representan calidez y amabilidad como parte de la personalidad de la marca.

## Personal de la marca:

Es compuesta sólo por su propietaria y en ocasiones cuenta con ayuda de 1 o 2 asistentes.

A través de las herramientas del marketing digital y establecer su marca personal en redes sociales.

## Objetivos de la marca:

### Objetivos generales:

- Posicionar la marca Georgina Martínez – Fotografía en Instagram.
- Idealización de la audiencia de Georgina Martínez – Fotografía en Instagram.

### Objetivos específicos:

- Atraer a la audiencia
- Captar clientes a través de la red social.
- Generar tráfico en el perfil de Instagram de la marca personal Georgina Martínez – Fotografía.
- Interactuar con la comunidad de seguidores en Instagram a través de las herramientas que ofrece la red social.

## KIP'S

Los “indicadores claves de desempeño” o KPIs (por sus siglas en inglés) son todas las variables, factores y unidades de medida para generar una estrategia de marketing, es decir, los indicadores de progreso de la marca en el mundo digital.

La palabra KPI proviene de las siglas de la frase “Key Performance Indicators”, esto se traduce como “indicadores claves de desempeño”. Estos indicadores son todas las variables, factores y unidades de medida para generar una estrategia de marketing.

Es importante recalcar que los KPIs no solo se utilizan en marketing, también son implementados por empresas financieras, comerciales, de procesos e, incluso, de calidad. Aunque, si bien es verdad, a lo largo de este artículo nos enfocaremos a los KPIs orientados al marketing.

- Aumento en número de seguidores.
- Aumento en número de likes y comentarios.
- Aumento en número de visitas al perfil desde las stories.
- Número de DM solicitando cotizaciones.

## Descripción de la marca

### **Servicios**

Los servicios que ofrece esta marca incluyen la toma y edición de la fotografía, la entrega en digital e impresa. También ofrece el servicio de edición fotográfica aparte.

La asesoría fotográfica consiste en capacitar y solventar dudas a los clientes a través de sesiones teórica y prácticas.

### **Misión**

Satisfacer las necesidades del cliente con un excelente servicio y calidad en los productos.

### **Visión**

Proyectar una imagen profesional y confiable como marca personal

### **Valores de la marca**

Confianza, responsabilidad y eficacia.

## FODA

El análisis FODA es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas del negocio o, incluso, de algún proyecto específico. Si bien, por lo general, se usa muchísimo en pequeñas empresas, organizaciones sin fines de lucro, empresas grandes y otras organizaciones; el análisis FODA se puede aplicar tanto con fines profesionales como personales.

FODA Georgina Martínez Fotografía son las siguientes:

### **Fortalezas:**

- Estudios superiores, prácticas profesionales y 6 años de experiencia en el rubro de la fotografía.
- Empatía con el cliente.
- Puntualidad y dinamismo en las coberturas

### **Oportunidad:**

- Posibilidades de adquirir los insumos necesarios y mejorar el equipo.
- Continúa capacitación.
- Mejorar la imagen de la marca personal.

### **Debilidad:**

- Falta de un vehículo propio.
- No se cuenta con insumos impermeables para el equipo.
- Sin un celular de alta gama.

### **Amenaza:**

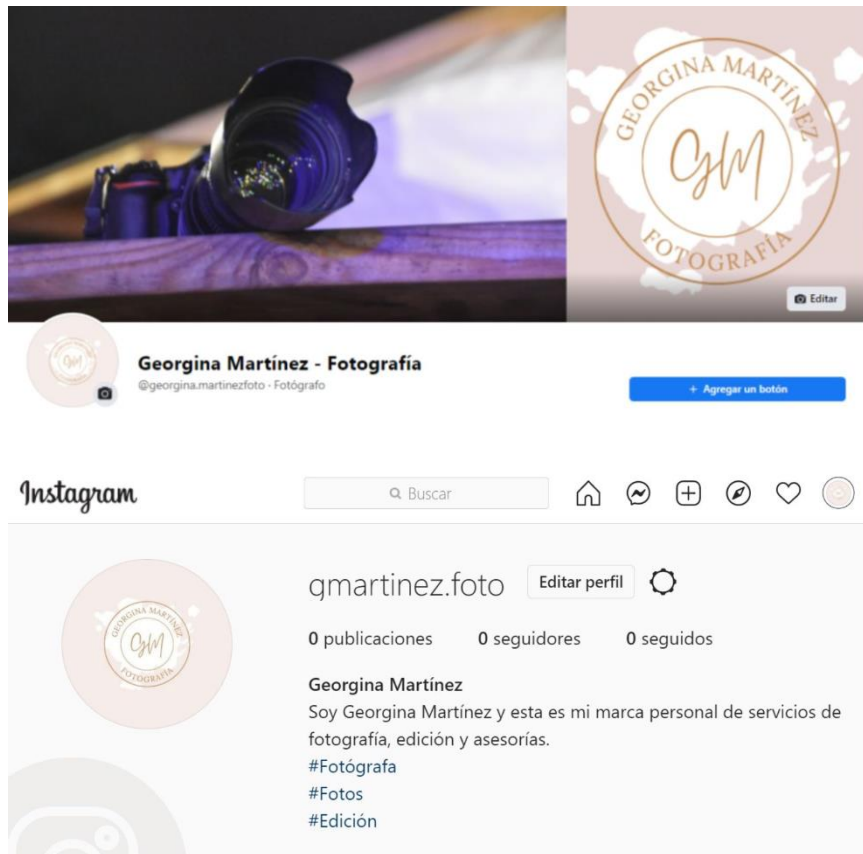
- La competencia cuenta con equipo más sofisticado.
- La competencia cuenta con vehículo propio.
- La competencia pauta su perfil personal y su perfil profesional.

## Redes sociales de la marca

Las redes sociales son plataformas digitales formadas por comunidades de individuos con intereses, actividades o relaciones en común (como amistad, parentesco, trabajo). Las redes sociales permiten el contacto entre personas y funcionan como un medio para comunicarse e intercambiar información.

Los individuos no necesariamente se tienen que conocer antes de entrar en contacto a través de una red social, sino que pueden hacerlo a través de ella, y ese es uno de los mayores beneficios de las comunidades virtuales.

Georgina Martínez Fotografía se ha creado las 2 redes sociales para dar a conocer los servicios que se brindan:



## Análisis de la competencia

Un análisis de la competencia, también llamado análisis competitivo, es el proceso de identificar a la competencia de tu sector e investigar sus diferentes ideas de marketing. Puedes utilizar esta información como base de comparación para identificar los puntos débiles y fuertes de tu empresa relacionados con cada competidor.

No se encontraron perfiles exactamente iguales a esta marca pero si parecidos en algún aspecto

### Andrés Romualdo

Andrés Romualdo es un joven egresado de la licenciatura en Comunicaciones de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA).

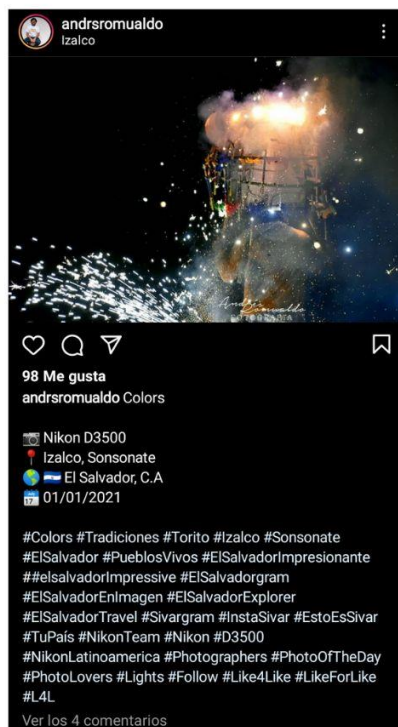
No posee fan page en Facebook, twitter ni sitio web.



Instagram profile of andrsromualdo. The profile shows a circular profile picture of a man sitting on a chair. The statistics are: 698 Publicaciones, 2,041 Seguidores, and 5,213 Seguidos. The bio includes: "Andrés Romualdo", "Fotógrafo", "• Salvadoreño", "• Since 1997", "• 24 years old", "• Egresado de Comunicación Social UCA", and "• CCA 03/12/2015". The website link is andrsromualdo.sarahah.com/. It also lists "sivarpackers, carlos\_svpro y 7 personas más siguen esta cuenta".



Instagram post by andrsromualdo. The image shows a religious scene with a woman in a crown and blue robe. The caption reads: "Un año más, un agosto más que pudo decirte misión cumplida mi Gran Señora ❤️ todo el esfuerzo que se hace para que todas las actividades salgan bien se que Tú me lo recompensarás. Gracias a todos los que nos apoyan año con año para poder celebrar a la Gran Señora de los Izalcos". The post has 95 likes and is dated August 15. The hashtags include #Asunción, #MiCorazonEsAsuncionista, #Tradiciones, #Izalco, #ElSalvador, #VisitElSalvador, #EstoEsSivar, #PueblosVivos, #TuPais, #ElSalvadorEnImagen, #Sivargram, #LikeForLike, #L4L, #ElSalvadorImpresionante, #ElSalvadorImpressive, #Colors, #TravelToElSalvador, #Church, #ReligiousArt, #ReligiousImagery, #ReligiousArchitecture. It also mentions "Ver los 8 comentarios" and "15 de agosto · Ver traducción".



Instagram post by andrsromualdo. The image shows a night scene with colorful lights and a structure. The caption reads: "Colors". The post has 98 likes and is dated May 10. The equipment used is a Nikon D3500. The location is Izalco, Sonsonate, El Salvador, C.A. The post is dated 01/01/2021. The hashtags include #Colors, #Tradiciones, #Torito, #Izalco, #Sonsonate, #ElSalvador, #PueblosVivos, #ElSalvadorImpresionante, #ElSalvadorImpressive, #ElSalvadorgram, #ElSalvadorEnImagen, #ElSalvadorExplorer, #ElSalvadorTravel, #Sivargram, #InstaSivar, #EstoEsSivar, #TuPais, #NikonTeam, #Nikon, #D3500, #NikonLatinoamerica, #Photographers, #PhotoOfTheDay, #PhotoLovers, #Lights, #Follow, #Like4Like, #LikeForLike, #L4L. It also mentions "Ver los 4 comentarios".



Instagram post by andrsromualdo. The image shows a sunset scene with a bell hanging from a wire. The caption reads: "Lo que me gusta vivir en pueblo 😊 y amo PUEBLIAR". The post has 80 likes and is dated May 10. The location is Izalco, Sonsonate, El Salvador. The equipment used is a Nikon D3500. The post is dated 10 de Mayo de 2021. The hashtags include #cloudy, #clouds, #nature, #sunset, #ElSalvador, #elsalvadorimpressive, #visitsalvador, #503, #instasivar, #instasv, #tupulgarcito, #estoessivar, #mipaissv, #exploringsv, #likeforlike, #lkl, #photooftheday, #beauty, #elsalvadorenimagen, #TuPais. It also mentions "Ver 1 comentario" and "10 de mayo · Ver traducción".

## Análisis

- Cuenta con historias destacadas sin portada representativa.
- En su perfil muestra su trabajo fotográfico y también publicaciones personales.
- No publica constantemente en su feed pero sí en sus IG Stories.
- Se centra en la religión, la naturaleza y su familia.
- No tiene copys estandarizados.
- No utiliza CTA.
- Abusa de los hashtags.
- No tiene mayor interacción en sus publicaciones.

### 95 Me gusta

andrsromualdo Un año más, un agosto más que pudo decirte misión cumplida mi Gran Señora ❤️💛 todo el esfuerzo que se hace para que todas las actividades salgan bien se que Tú me lo recompensarás. Gracias a todos los que nos apoyan año con año para poder celebrar a la Gran Señora de los Izalcos

#Asunción #MiCorazónEsAsuncionista  
#Tradiciones #Izalco #ElSalvador #VisitElSalvador  
#EstoEsSivar #PueblosVivos #TuPaís  
#ElSalvadorEnImagen #Sivargram #LikeForLike #L4L  
#ElSalvadorImpresionante #ElSalvadorImpressive  
#Colors #TravelToElSalvador #Church #ReligiousArt  
#ReligiousImagery #ReligiousArchitecture

Ver los 8 comentarios

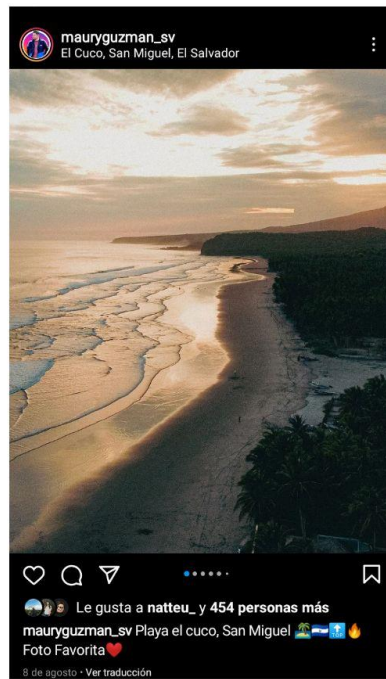
15 de agosto · Ver traducción



# Maury Guzmán

Maury Guzmán es fotógrafo, creador de contenido y apasionado por los carros.

Posee perfil en Instagram y fan page en Facebook, pero no tiene sitio web.



## Análisis

- Cuenta con historias destacadas con portadas establecidas.
- En su perfil muestra su trabajo fotográfico, behind the scenes, vídeos, ediciones y también publicaciones personales.
- Publica constantemente en su feed y en sus IG Stories.
- Interactúa en stories con sus seguidores.
- No tiene copys estandarizados.
- A veces ocupa sólo emojis en los copy.
- No usa hashtags ni CTA.
- Genera likes pero poco o nada de comentarios.



# David Canizalez

David Canizalez es fotógrafo, diseñador gráfico y publicista.


Posee perfil en Instagram, fan page en Facebook, y sitio web.

← **davidcanizalezr** ⋮

 **2,404** Publicacio... **6,867** Seguidores **2,965** Seguidos

**DAVID CANIZALEZ**  
Fotógrafo  
Diseñador Gráfico · Publicista  
Ver traducción  
davidcanizalez.com/  
**ks\_caballero, carlos\_svpro y 19 personas más** siguen esta cuenta

**davidcanizalezr**  
Olalai Beach



Le gusta a **miley\_sv** y **80 personas más**  
**davidcanizalezr** This is #Olalai 🌴🌊  
Vacay Mode: ON!  
#vacaciones #elsalvador #surfcity #olalai #photographer #photo #sunset #beach

1 de agosto · Ver traducción

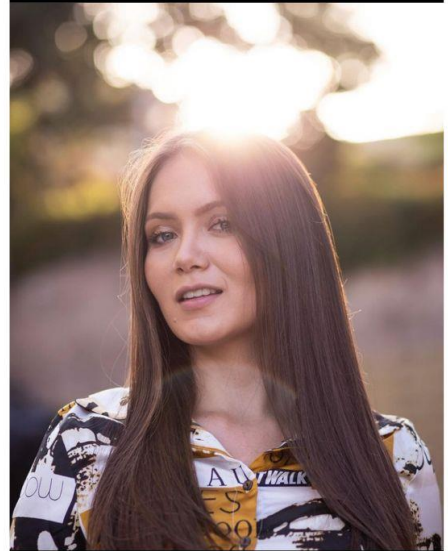
**davidcanizalezr**



Le gusta a **gp.sofi** y **151 personas más**  
**davidcanizalezr** @mayetraje el amor por lo que hago en un retrato  
#photography #photoshoot #art #portraitphotography #portrait #camera

Ver los 9 comentarios  
27 de agosto · Ver traducción

**davidcanizalezr**  
El Salvador

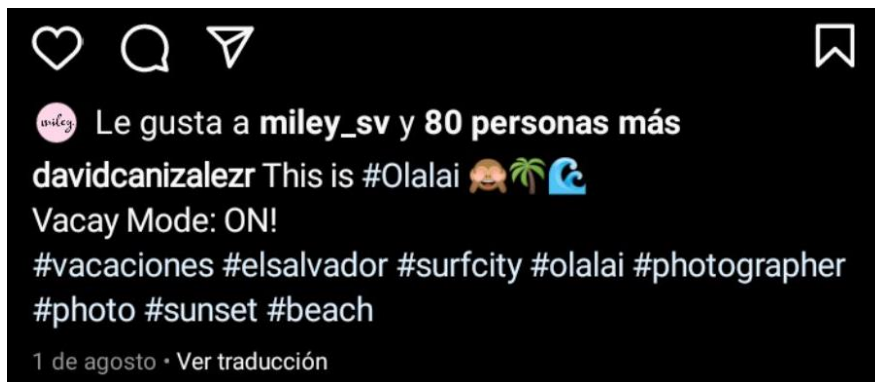


**156 Me gusta**  
**davidcanizalezr** SUNSET PORTRAIT  
#sunset #portrait #photography #flare #portraitmood #model #smile

Ver los 10 comentarios

## Análisis

- No tiene historias destacadas.
- Publica constantemente en su feed y en sus IG Stories.
- Tiene 3 vídeos IGTV, 1 de edición de fotografía.
- Se centra en retratos.
- No tiene copys estandarizados.
- A veces ocupa sólo emojis en los copy.
- Escribe en inglés y en español
- No usa hashtags ni CTA.
- Genera likes pero poco o nada de comentarios.



## Buyers persona

Buyer Persona es la representación ficticia de tu cliente ideal. Está basada en datos reales sobre el comportamiento y las características demográficas de tus clientes, así como en una creación de sus historias personales, motivaciones, objetivos, retos y preocupaciones.

Una buena definición de Buyer Persona pasa justamente por el contacto con tu público objetivo, de manera que en un rápido análisis puedas identificar características comunes entre los potenciales compradores.



### Karina Viñerta

Karina es una estudiante de Comunicaciones. Tiene 20 años y le interesa profundizar sus conocimientos en fotografía, pero es impaciente y prefiere los pictoriales en Instagram en vez de los videos de YouTube. Tiene un emprendimiento de maquillaje.



- Tiene 20 años y compró con sus ahorros su primera cámara profesional.

- Vive con sus padres en San Salvador.

- Está comenzando con su emprendimiento de maquillaje.

- Estudia su 2° año de licenciatura en Comunicaciones.

- Busca aprender fotografía y edición para su emprendimiento.

- Su mayor reto es tener un feed llamativo en Instagram.



## Michelle Cáceres

Michelle es una joven de 17 años que está en su último año de bachillerato. Quiere aprender fotografía y sus padres la apoyan. En un futuro quiere estudiar un técnico en multimedia. Tiene una cámara digital.

- Tiene 17 años y estudia último año de bachillerato.



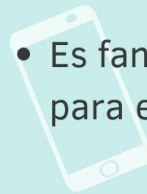
- Vive con sus padres en Soyapango.

- Quiere estudiar técnico en multimedia.



- Le interesa aprender sobre fotografía y edición.

- Es fan de las aplicaciones móviles para editar fotos.



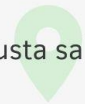
## José Flores

José es un joven arquitecto. Tiene 26 años, le apasiona el turismo y compartir tiempo con su familia y su novia. José quiere proponerle matrimonio a su novia y quiere una sesión fotográfica.



- Tiene 26 años y está planeando pedirle matrimonio a su novia.

- Vive solo en Santa Tecla. Le gusta salir a pasear los domingos.



- Es arquitecto junior en una importante empresa de construcción y remodelaciones.

- Tiene un salario de \$950.00 al mes y el próximo año su plaza llega a los \$1,200.00.

- Busca servicios de fotografía para momentos especiales.



## Canales digitales y líneas de contenido.

Es un canal que sirve para dar servicio, comunicar o vender a través de un ordenador, una tablet o un móvil.

Es decir, un canal digital sirve para conseguir la famosa “omnicanalidad” o, lo que es lo mismo “ser accesibles a los clientes desde cualquier lugar y a cualquier hora”.

Existen dos tipos de canales: por una parte, los propios (web corporativa, tienda online propia B2B o B2C o app comercial) y, por la otra, los externos (marketplace o tiendas de terceros).

Debido a sus herramientas, facilidad de uso y alcance entre el público meta de la marca, se utilizará Instagram con un perfil profesional que brinda métricas sobre el alcance de las publicaciones, interacciones, entre otras.

La marca también cuenta con una fan page en Facebook, pero esta fue creada con el único propósito de pautar en un futuro. La fan page será oculta próximamente.

## Líneas de contenido

El contenido de valor brinda un mensaje útil a la audiencia, lo que genera confianza y fidelización en el público.

El enfoque se centrará en educar a la audiencia en fotografía, entretenerla e inspirarla.

- **Contenido branding**

Para despertar sensaciones y crear conexiones con el cliente y la marca.

Este tipo de contenido se enfocará en entretener e inspirar a la audiencia

- **Contenido de venta**

Cada canal digital maneja sus diferentes formatos y se implementan acoplándose al contenido que se desea publicar.

Esta línea de contenido se enfocará en vender los servicios que se ofrecen como marca personal.

- **Contenido de valor**

El contenido de valor brinda un mensaje útil a la audiencia, lo que genera confianza y fidelización en el público.

El enfoque se centrará en educar a la audiencia en fotografía, entretenerla e inspirarla.

<b>Canales digitales</b>	<b>Líneas de contenido</b>	<b>Formatos</b>
Instagram	Contenido branding Contenido de venta . Contenido de valor	Historias Historias Posts en feed Historias Posts en feed Reels

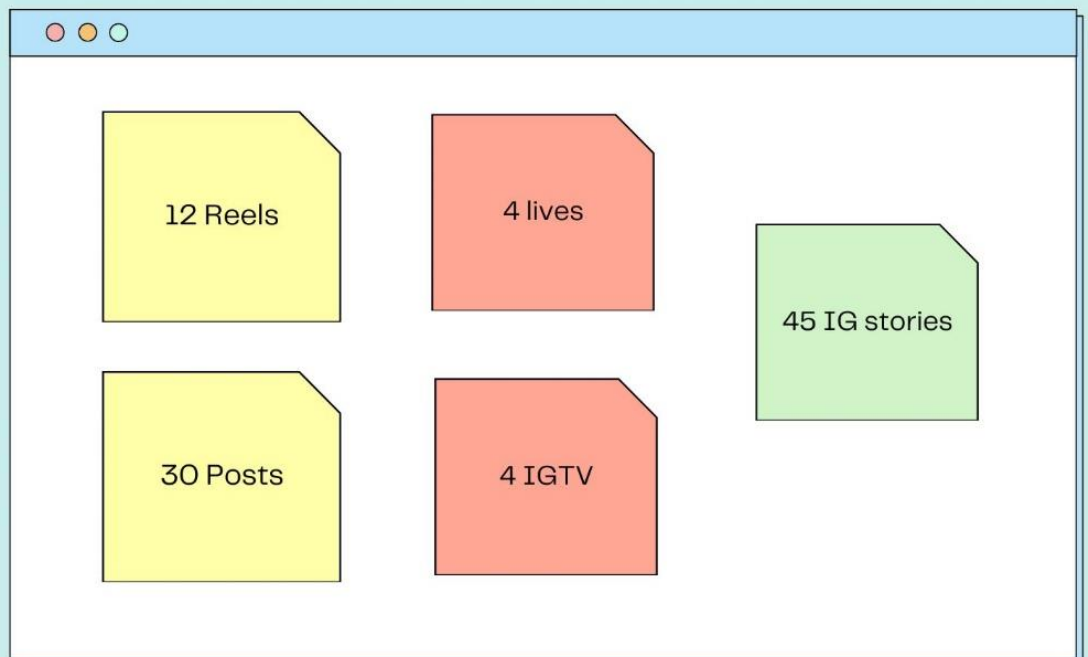


## Calendario de contenido

Un calendario de contenido te ayuda a planificar y tener mayor organización a la hora de publicar en los canales de contenido.

Un calendario puede ser semanal, quincenal, mensual o trimestral.


*Cuadro de  
logística  
mensual*






## CALENDARIO DE CONTENIDOS PARA INSTAGRAM

1 – 15 DE OCTUBRE

Fecha	Hora	Línea de contenido	<u>Storie</u>	<u>Reel</u>	Post	<u>Copy</u>	Hashtags
1/10	9:00am	CONTENIDO DE VALOR	  	X	  	<p>¿Qué es la fotografía? (emoji)</p> <p>Todos sabemos que la fotografía es hacer o tomar fotos, pero su concepto en sí, nos dice que es el arte y la técnica de obtener imágenes duraderas debido a la acción de la luz (emoji).</p> <p>Los inicios de la fotografía datan de 1826 (emoji) cuando Joseph Nicéphore Niépce logró la primera fotografía a la que llamó "Punto de vista desde la ventana en Le Gras" (emoji).</p>	<p>#Fotografía #AprendeFoto #Arte #Foto</p>









			 		 	<p>Los inicios de la fotografía datan de 1826 (emoji) cuando Joseph Nicéphore Niépce logró la primera fotografía a la que llamó "Punto de vista desde la ventana en Le Gras" (emoji).</p> <p>La fotografía ha evolucionado durante estos casi 200 años, sígueme y aprende conmigo sobre este arte.</p>	
2/10	9:00AM	BRANDING		X		<p>Captura momentos, crea recuerdos y plasma sentimientos a través de la fotografía.</p> <p>¿Qué es lo que más te gusta de tomar fotos? Déjame saber en <u>los comenrarios</u>.</p>	<p>#Fotografía #Momentos #Foto #Recuerdos</p>

Fecha	Hora	Línea de contenido	Storie	Reel	Post	Copy	Hashtags
3/10							
4/10	9:00AM	CONTENIDO DE VALOR		X		<p>Te comparto estos 3 consejos para tu primera sesión de fotos (edición fotógrafo) (emoji):</p> <p>1 Organiza tu sesión de fotos con un plan de trabajo para guiarte y no perder tiempo (emoji).</p> <p>2 Siempre toma en cuenta un Plan B en el caso de algún imprevisto como cambio de clima o algún problema en la locación de la sesión (emoji).</p> <p>3 La empatía con tus clientes crea un ambiente ameno y hará fluir el trabajo de una mejor manera (emoji).</p> <p>¿Cómo te preparas para una sesión de fotos? Cuéntame en los comentarios.</p>	<p>#Fotografía</p> <p>#Tips</p> <p>#AprendeFoto</p> <p>#SesiónFotográfica</p>



Fecha	Hora	Línea de contenido	<u>Storie</u>	<u>Reel</u>	Post	<u>Copy</u>	Hashtags
5/10	9:00AM	VENTA		X		<p>1 Si es una sesión libre en donde tú puedes elegir la temática y las poses, prepárate con tus mejores ideas. Puedes buscar inspiración y ponerte de acuerdo con tu fotógrafo para llevarlas a cabo.</p> <p>2 La puntualidad es clave en una sesión de fotos. Procura estar en el lugar acordado unos 15 o 20 minutos antes para familiarizarte con él.</p> <p>3 La confianza que reflejes también es clave en tu sesión de fotos. Por otra parte, también la empatía que tengas puede mejorar el flujo de trabajo y el ambiente.</p> <p>Dale <u>like</u> y sígueme para más consejos.</p>	<p>#Fotografía  #<u>Tips</u>  #AprendeFoto  #<u>SesiónFotográfica</u></p>











Fecha	Hora	Línea de contenido	Storie	Reel	Post	Copy	Hashtags
6/10	9:00AM	CONTENIDO DE VALOR		X	  	<p>Teoría del color en fotografía (emoji)</p> <p>Los colores transmiten sensaciones y emociones en el mundo audiovisual. (emoji)</p> <p>La teoría del color en fotografía se divide en 2 grupos principales: colores fríos y colores cálidos. (emoji)</p> <p>Los colores fríos pueden transmitir paz y serenidad, aunque también dependiendo de la composición pueden evocar soledad y tristeza. (emoji)</p> <p>Los colores cálidos transmiten euforia, energía, alegría e intensidad. (emoji)</p> <p>¿Qué te hacen sentir estos colores? Cuéntame en los comentarios. (emoji)</p>	<p>#AprendeFoto</p> <p>#Foto</p> <p>#<u>Teoriadelcolor</u></p> <p>#Colores</p>



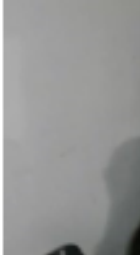
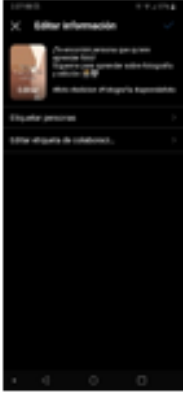

Fecha	Hora	Línea de contenido	<u>Storie</u>	<u>Reel</u>	Post	<u>Copy</u>	Hashtags
7/10	9:00AM	CONTENIDO DE VALOR	  	X		<p>La composición fotográfica es encuadrar y ubicar los objetos actantes en una fotografía. (emoji)</p> <p>Este criterio es compartido con la pintura y el cine. La ubicación de cada actante nos comunica algo. (emoji) (emoji)</p> <p>Aprende a observar para buscar la mejor vista y sigue las leyes de composición para mejores resultados. (emoji)</p>	<p>#AprendeFoto #Fotografía #Composición Fotográfica #Arte</p>

Fecha	Hora	Línea de contenido	Storie	Reel	Post	Copy	Hashtags
8/10	9:00AM	VENTA/ BRANDING	   	<p data-bbox="762 358 980 472">LA FOTOGRAFIA LAS FOTOS</p>   		<p data-bbox="1318 362 1717 557">¡Captura tus mejores momentos! Cotiza tus sesiones fotográficas personales o en pareja y agenda hoy mismo. (emoji)</p>	<p data-bbox="1787 362 2018 516">#Sesiondefotos #fotografia #fotos #arte</p>



Fecha	Hora	Línea de contenido	Storie	Reel	Post	Copy	Hashtags
9/10	9:00AM	CONTENIDO DE VALOR		X		<p>La <a href="#">#Astrofotografía</a> es una técnica fotográfica combinada con la <a href="#">#astronomía</a> que busca captar cuerpos celestes. (emoji)</p> <p>Se necesita un trípode y una cámara que permita manipular el tiempo de obturación, la apertura y el ISO para poder captar cielos estrellados. (emoji)</p> <p>Si eres amante de la astronomía y de la fotografía, esta técnica es para ti. ¿Ya la has probado? Cuéntame en los comentarios. (emoji)</p>	<a href="#">#AprendeFoto</a> <a href="#">#Astrofotografía</a> <a href="#">#FotoNocturna</a>
10/10							

Fecha	Hora	Línea de contenido	Storie	Reel	Post	Copy	Hashtags
11/10	9:00AM	CONTENIDO DE VALOR	   	<p>Aplicaciones para editar fotos desde tu celular</p>   	  	<p>¡Mejora tus fotos siguiendo esta ley de composición fotográfica!</p> <p>La ley de la mirada consiste en dejar un espacio entre el modelo y la dirección a la que mira en el encuadre. (emoji)</p> <p>Desde la cuadrícula de la cámara, el actante debe quedar en una franja mientras que la mirada ocupará las otras 2 franjas. (emoji)</p> <p>¿Qué otras leyes de composición conoces? Déjame saber en los comentarios. (emoji)</p>	<p>#AprendeFoto #Foto #Tips #ConsejosFoto</p>

Fecha	Hora	Línea de contenido	Storie	Reel	Post	Copy	Hashtags
12/10	9:00AM	VENTA/ BRANDING	 <p>Georgina Martínez - Fotografía</p> <p>Servicios de fotografía, edición y memoria fotográfica.</p>	<p>Sígueme</p> <p>Y avísame foto emoji</p>   	 <p>SESIONES FOTOGRAFICAS</p>	<p>¡Captura tus mejores momentos!</p> <p>Cotiza tu sesión de fotos o cobertura de eventos hoy. (emoji)</p> <p>Plasma tus recuerdos en una fotografía. (emoji)</p>	<p>#Sesiondefotos</p> <p>#fotografia</p> <p>#fotos</p> <p>#arte</p>

Fecha	Hora	Línea de contenido	Storie	Reel	Post	Copy	Hashtags
13/10	9:00AM	CONTENIDO DE VALOR		X		<p>¿La foto quedó demasiado clara u oscura? ¡Te enseñó cómo evitarlo! (emoji)</p> <p>La exposición ideal en una fotografía se logra al colocar el puntero del exposímetro en el medio del rango. Muy a la izquierda la foto quedará muy oscura (<u>subexposición</u>) y muy a la derecha quedará demasiado clara (<u>sobreexposición</u>). (emoji)</p> <p>Según la intención que tengamos, podemos jugar con la <u>subexposición</u> y la <u>sobreexposición</u> ¡depende de tu creatividad! (emoji)</p> <p>Sígueme y #AprendeFoto conmigo.</p>	<p>#AprendeFoto #Foto #Tips <u>#ConsejosFoto</u></p>



Fecha	Hora	Línea de contenido	Storie	Reel	Post	Copy	Hashtags
14/10	9:00AM	BRANDING/ CONTENIDO DE VALOR				<p>A veces la creatividad se nos escapa, pero podemos tomar un poco de inspiración desde estos sitios:</p> <p>Pinterest: te presenta pines y tableros acordes a tus gustos. (emoji)</p> <p>500px: es un sitio de fotografía profesional donde puedes apreciar el trabajo de otros fotógrafos. (emoji)</p> <p><u>DeviantArt</u>: este sitio muestra fotografía y diseños perfectos para inspirarte. (emoji)</p>	<p>#AprendeFoto #Foto #Tips #ConsejosFoto</p>



						Cuéntame en los comentarios ¿qué haces cuando te falta inspiración? (emoji)	
--	--	--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------	--



Fecha	Hora	Línea de contenido	Storie	Reel	Post	Copy	Hashtags
15/10	9:00AM	VENTA/ BRANDING		X		<p>¡Captura tu esencia en una foto!</p> <p>Agenda hoy tu sesión de fotos personal, en pareja, en familia o cobertura de eventos (emoji).</p>	<p>#Sesiondefotos #fotografia #fotos #arte</p>



## Bibliografía

Asana, T. (1 de 7 de 2021). *Asana*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

Kerzner, H. (2011). *Project Management Metrics, KIPs and Dashboards*. New York: International Institute for learning, Inc.

LEGISMARK. (s.f.). Obtenido de <https://legismark.com/en-que-se-diferencia-una-marca-y-un-nombre-comercial/>

*Logicalis Architects of change*. (29 de 09 de 2017). Obtenido de <https://blog.es.logicalis.com/analytics/kpis-qu%C3%A9-son-para-qu%C3%A9-sirven-y-por-qu%C3%A9-y-c%C3%B3mo-utilizarlos>

Siqueira, A. (28 de 2 de 2022). *RD Station*. Obtenido de [https://www.rdstation.com/es/blog/buyer-persona/#:~:text=Buyer%20Persona%20es%20la%20representaci%C3%B3n,\(ISDI, 2021\)n,%2C%20objetivos%2C%20retos%20y%20preocupaciones.](https://www.rdstation.com/es/blog/buyer-persona/#:~:text=Buyer%20Persona%20es%20la%20representaci%C3%B3n,(ISDI, 2021)n,%2C%20objetivos%2C%20retos%20y%20preocupaciones.)