

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



**TÍTULO:**

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA CREACIÓN DE LA MARCA PERSONAL:  
“MERANDOVA”**

**PRESENTADO POR:**

**MÉLIDA ENID MORÁN CÓRDOVA**

**CARNÉ**

**(MC10120)**

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN DE MEDIOS DIGITALES Y REDESSOCIALES  
PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADA EN PERIODISMO.**

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN  
LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ**

**COORDINADOR GENERAL DEL PROCESO DE GRADUACIÓN:  
MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR, ELSALVADOR,  
CENTROAMÉRICA, 19 DE SEPTIEMBRE DE 2022**

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**RECTOR**  
MAESTRO. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

**VICERRECTOR ACADÉMICO**  
DOCTOR. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**  
INGENIERO. JUAN ROSA QUINTANILLA

**SECRETARIO GENERAL**  
INGENIERO. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN

**FISCAL GENERAL**  
LICENCIADO. RAFAEL HUMBERTO PEÑA LARÍN

**DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**  
LICENCIADO. LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**  
**DECANO**  
MAESTRO. ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

**VICEDECANA**  
MAESTRO. SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

**SECRETARIO DE LA FACULTAD**  
MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

**JEFE DE DEPARTAMENTO**  
MAESTRO. CARLOS ERNESTO DERAS

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESO DE GRADUACIÓN**  
MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN**  
LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

## ÍNDICE

RESUMEN .....	7
INTRODUCCIÓN .....	8
1° PARTE .....	10
SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA.....	10
¿Qué vendo? .....	10
¿Quiénes son mi competencia?.....	10
Posicionamiento de la marca en RRSS .....	10
Estrategia de contenidos en RRSS / Web .....	10
Paquetes que se ofrecen .....	11
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA E INFORMACIÓN.....	11
Historia.....	11
Logo .....	12
Servicios .....	12
Fotografía Publicitaria de Alimentos.....	12
Producciones Publicitarias de alimentos.....	12
Asesoría de Marketing Digital.....	13
¿Cuáles son los beneficios que ofrece “Merandova”?.....	13
Estudio de la marca .....	13
Cálculo de tiempo.....	13
Análisis de métricas.....	14
Post en RRSS/ Web .....	14
Marketing de contenido .....	14
Estrategia de marketing digital o Asesoría .....	14
Técnicas de iluminación.....	14
Color y Fondos.....	15
Formato .....	15
TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	15
Servicios .....	15
Precios .....	16

OBJETIVOS COMERCIALES .....	17
FODA .....	17
Fortalezas.....	17
Oportunidades .....	18
Debilidades .....	19
Amenazas.....	19
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	20
¿Quiénes son mi competencia? .....	20
Pablo Ruiz Carretero.....	20
Penny De Los Santos.....	22
Carl Warner .....	24
Aran Goyoaga.....	26
CHECKLIST- INVENTARIO DIGITAL DE MI COMPETENCIA.....	28
CONCLUSIÓN .....	29
BUYER PERSONA .....	30
2° parte.....	33
OBJETIVOS GENERALES.....	33
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	33
OBJETIVO GENERAL.....	33
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	33
CANALES DIGITALES A UTILIZAR .....	34
Instagram.....	34
Facebook.....	35
¿Por qué deje fuera a otras plataformas? .....	35
TikTok.....	35
YouTube .....	36
LÍNEA DE CONTENIDO .....	36
Marketing de Contenido.....	37
Interacciones.....	37
Venta .....	37
Branding.....	37

Educativo .....	37
LÍNEAS DE CONTENIDO .....	38
Líneas de contenido - checklist.....	39
OBJETIVO GENERAL .....	40
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	41
OBJETIVO GENERAL .....	41
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	41
REDES SOCIALES.....	42
Instagram .....	42
Facebook.....	43
CALENDARIO DE CONTENIDO .....	43
Calendarios de Marketing Digital: Facebook e Instagram .....	44
REFERENCIAS .....	51

## RESUMEN

En el presente trabajo encontraremos cómo es la creación de una marca personal, “Merandova” partiendo desde las bases de la creación de contenido de valor que eduque, informe y sobre todo que resuelva. Por tanto, el proyecto sigue un plan de estrategias para la elaboración de la marca, con el propósito que el documento proporcione un amplio conocimiento sobre la identificación del buyer person (público objetivo), posibles competencias en el rubro de la fotografía y producción audiovisual de alimentos, la identificación de objetivos que respondan al informe, toda una creación de calendarios para la correcta publicación en las diferentes redes sociales, con sus respectivos copys y sobre todo la elaboración del marketing de contenido como clave del proyecto. Juntando todo lo expuesto, el informe se vuelve esencial para convertir la marca individual, en una solución atractiva para las pequeñas y medianas empresas que necesitan ayuda dentro de las plataformas digitales.

**Palabras clave:** Marca personal; estrategias; redes sociales; plan; marketing de contenido; buyer persona; pauta orgánica; contenido.

## INTRODUCCIÓN

La marca personal, “Merandova” ha sido plasmada en este trabajo para dar a conocer la creación de plan de estrategia de marketing digital orientada a ejecutar cada uno de los objetivos establecidos, ya sea para captar nuevos clientes en redes sociales, fidelizar clientes, aumentar las ventas, lanzar nuevos servicios, entre otros.

Esta iniciativa fue creada con el objetivo de ayudar a personas que cuenten con establecimientos o restaurantes donde ofrecen productos alimenticios, para que sus marcas a través de las plataformas digitales logren posicionarse en motores de búsqueda, puedan estar en tendencias y adquirir el reconocimiento de los clientes potenciales.

Pero ¿cómo lo haremos? La respuesta requiere centrarnos en orientar nuestra estrategia, el rubro en el que nos vamos a especializar, en este caso las destrezas y habilidades adquiridas a lo largo de la carrera se han visto reflejadas en el servicio que “Merandova” ofrece, fotografía y producción audiovisual de alimentos.

Por esa razón, los canales por los cuales se han seleccionado para ofertar todo el contenido de valor, previamente estructurado y calendarizado, es por medio de Facebook e Instagram y posteriormente, se harán uso de otras. Puesto que, son los principales que como marca identificamos, que nuestro público objetivo se encuentra.

Asimismo, es de importancia identificar cuál es la competencia que tenemos dentro de nuestra especialidad e indagar qué es lo diferente que haremos con relación a lo que hacen los demás, para tener esa versatilidad de opciones que nuestros posibles clientes quieran implementar en sus emprendimientos o empresas y de esa forma nos seleccionen para impulsar sus marcas.

No obstante, las líneas de contenido que podrán reconocer en todo el proyecto académico son: marketing de contenido, interacciones, venta, branding y educativo.

Que son los principales pilares en los que se ha distribuido todo el trabajo de la estrategia de la marca personal.

Es vital dar a conocer que todas las herramientas utilizadas, piezas gráficas, investigación, KPI'S orientadas a los medios digitales, fueron adquiridos en el "Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales", y están puestos todos los conocimientos aprendidos para el uso de los interesados.

## 1° PARTE

### SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

#### ¿Qué vendo?

En la actualidad comenzamos a crear un plan de estrategias para nuestra marca personal de “Merandova”, y de esta forma potenciar los conocimientos en las áreas de fotografía, producción, redacción, locución, diseño y creatividad.

Los servicios que se ofrecen son: fotografía y producción publicitaria de alimentos. Asimismo, brindamos asesorías sobre marketing digital para poder posicionar la marca de los clientes que desean promocionar sus productos por medio del contenido de valor, definir de forma asertiva su nicho, objetivos, políticas y entre otros aspectos que ayudarán a crecer en seguidores e interacciones para lograr fidelizar o crear posibles clientes.

#### ¿Quiénes son mi competencia?

Como en todo negocio, marca o empresa siempre habrá competencias, por eso hemos detectado cuatro fotógrafos profesionales que realizan fotografía publicitaria de alimentos, con el fin de mejorar y reforzar áreas que ayudarán a beneficiar a “Merandova”.

- Fotógrafos de publicidad de alimentos: Palo Ruiz
- Penny De Los Santos Carl Warner
- Aran Goyoaga

#### Posicionamiento de la marca en RRSS

Las plataformas que se han elegido para ofertar los servicios son: Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn y TikTok, de esa manera se puede llamar la atención a través de los efectos visuales. Para eso, se necesitan varias técnicas que hagan resaltar los alimentos y origine sensaciones de querer obtener el producto.

#### Estrategia de contenidos en RRSS / Web

Los servicios que se ofrecen son a nivel nacional y el tipo de contenido que se publicará será de valor, que resuelva, eduque, informe todo lo que involucra nuestra marca, ya sea por medio

de infografías, imágenes, vídeos, PDF, testimoniales, redacción SEO, entre otros, con el fin mi trabajo responda a los objetivos del cliente.

La marca la compone por el momento una sola persona, que se encarga de realizar todo el trabajo, por razones que voy iniciando, los precios son bastante accesibles.

### **Paquetes que se ofrecen**

- Paquete de 10 Fotografías Publicitarias de Alimentos.
- Paquete de 10 Fotografías más asesoría de Marketing Digital.
- Paquete de 1 hora asesoría de Marketing Digital. Paquete de plan de acción de Marketing Digital Paquete de 2 Producciones Publicitarias de Alimentos.
- Paquete de 2 Producciones Publicitarias de Alimentos más Marketing Digital.

Durante tres semanas se ha compartido contenido de valor en la página de Facebook, para medir los resultados y si ha funcionado el marketing de contenido, con el objetivo de verificar y comprobar que hacerlo de forma orgánica, utilizando fórmulas en los copys, palabras claves, redacción SEO, se puede llegar a nuestro buyer persona.

## **DESCRIPCIÓN DE LA MARCA E INFORMACIÓN**

### **Historia**

“Merandova” surge originalmente en el 2020, en tiempo de cuarentena, por Covid-19, con el fin de crear una comunidad en redes sociales, que desea optimizar el tiempo en la cocina con ingredientes fáciles de obtener, brindando todo tipo de recetas desde dulces hasta salados.

Por tanto, creaba producciones y fotografías de las recetas que elaboraba y a medida fue madurando la idea en la plataforma de Instagram y YouTube, comencé a notar que mis conocimientos en capturar imágenes, videos, locución, redacción, diseño y más, podía comenzar a establecer una marca personal que me permitiera generar ingresos.

La fotografía y producción publicitaria de alimentos surge de la pasión que tengo en primer lugar por lo audiovisual y en segundo por la cocina.

## Logo



## Servicios

- **Fotografía Publicitaria de Alimentos**

Es la representación gráfica de fotografiar alimentos, ya que su finalidad es causar apetito y capturar al consumidor en los primeros instantes, esto requiere de muchas técnicas, creatividad y sobre todo pasión. Además, Su funcionalidad exige una adaptabilidad a los intereses comerciales que tienen los clientes para lograr el aumento de las ventas.



- **Producciones Publicitarias de alimentos**

Este servicio se busca que los clientes potenciales se interesen por contratar nuestro trabajo, en la forma en cómo se vería producir un vídeo, con audio e imagen de los productos que ofrecen a través

de los medios digitales, y que conozcan que las ventajas de este tipo de proyecto se adaptan a sus necesidades, presupuesto, tiene inmediatez, resultados medibles y es efectivo para que alcance al nicho de dicho negocio.

- **Asesoría de Marketing Digital**

Con este servicio se ofrece asesoramiento a los clientes para potenciar y posicionar sus marcas o negocios. Mientras que, se les brinda las opciones de paquetes de fotografías y producciones publicitarias de alimentos, también se les orienta para que publiquen de forma asertiva en sus redes sociales o en la web, aplicando plan de estrategias y todo lo que se requiere para que crezca en seguidores, exista más interacción con la audiencia, fidelizar y mucho más.

### **¿Cuáles son los beneficios que ofrece “Merandova”?**

- **Estudio de la marca**

Cuando el cliente desea contratar nuestros servicios, realizamos un estudio de la marca, qué tipo de alimentos ofrecen, cómo les gustaría que se vieran para que sean atractivos hacia los ojos de los usuarios, revisamos sus redes sociales, fotografías anteriores de los menús, con la finalidad de conocer bien qué es lo que venden.

- **Cálculo de tiempo**

Realizar un estudio de cuánto tiempo demora la toma de fotografías o producción audiovisual, si será en exterior (se considera que consumirá más tiempo que la toma en estudio) o se monta un estudio. Además, al brindar asesoría de Marketing Digital se estima las horas que serán necesarias para crear todo un plan de trabajo al cliente.

- **Análisis de métricas**

Cuando el cliente solo quiere que analicemos los resultados de las fotografías y vídeos publicados en las diferentes redes sociales, se realiza todo un análisis para demostrar si el contenido publicado responde a los objetivos de los clientes.

- **Post en RRSS/ Web**

Cuando el cliente desea que publiquemos las fotografías, vídeos tomados o contenido de valor, se realiza por medio de copys aplicando las diferentes fórmulas y utilizando palabras claves para su posicionamiento en internet.

- **Marketing de contenido**

Cuando el cliente solo quiere que realicemos contenido de valor para sus redes sociales, las publiquemos y realicemos los diferentes copys , palabras claves y sé investiga a profundidad de los temas que desean dar a conocer o se asesora para brindarles ideas de qué pueden publicar para atraer posibles clientes.

- **Estrategia de marketing digital o Asesoría**

Si el cliente desea todo un plan de trabajo, se analiza la marca o empresa o si solo quiere una asesoría también se le puede brindar.

- **Técnicas de iluminación**

La luz juega un papel importante, pues su posición ayudará a resaltar los objetos y su textura para despertar el apetito en el consumidor. Esto incluye la iluminación, ángulo, enfoque, fondos, etc.

Como marca especificamos al cliente todos los detalles sobre nuestros servicios, por esa razón es vital saber cómo puede utilizarse la iluminación para controlar la atmósfera y el equilibrio de la imagen. Entre las técnicas que utilizaremos se encuentra:

- La fuente del flash.
- Una lámpara con tungsteno

Son las técnicas fundamentales para una buena toma de fotografía y de vídeo, ya que se busca imitar a la naturaleza con la llamada luz principal, se intenta dejar entrar luz natural para reducir el consumo de mucha energía.

- **Color y Fondos**

Para el fondo, el papel continuo es el más recomendado en color negro y blanco, dependiendo de lo que se desea reflejar; asimismo, las preferencias y gustos del cliente se adaptan también al tipo de escenario.

El color es una parte fundamental para la toma de vídeos, lograr calibrar colores para obtener uniformidad y crear ese balance, ya sean colores fríos o cálidos.

- **Formato**

Los formatos dependen del tipo de contenido que el cliente haya seleccionado, ya sea para Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, LinkedIn, menús, revistas, entre otros. Se establecen previamente para poder realizar las sesiones de fotografía, video o asesoría de marketing digital.

## **TAMAÑO DE LA EMPRESA**

“Merandova” es una pequeña empresa que se dedica a la fotografía y producción publicitaria de alimentos y al mismo tiempo a asesorías de marketing digital. Por tanto, como se está iniciando a establecer la marca, se compone el recurso humano de una sola persona, que se encarga de planificar y detallar todo lo necesario a los clientes.

### **Servicios**

- ▮ Fotografía Publicitaria de Alimentos
- ▮ Producción Publicitaria de Alimentos

- Asesoría de Marketing Digital

## **Precios**

- Paquete de Fotografías Publicitarias de Alimentos: 10 fotografías \$25.00, 20 fotografías \$45.00 y 40 fotografías \$65.00.
- Paquete de Fotografías más asesoría de Marketing Digital: dependerá la cantidad de fotografías que el cliente seleccione y las horas que se dedicarán al análisis del negocio, por ejemplo, si desea solo 10 fotografías son \$25.00 más la asesoría de 4 horas \$15.00, en total \$40.00.
- Paquete de plan de acción de Marketing Digital: dependerá de la estrategia que el cliente desee llevar a cabo, si es completa aproximadamente por semana \$250.00.
- Paquete de Producción Publicitaria de Alimentos: vídeos de 30 segundos a 1 minuto sin importar el formato \$20.00.
- Paquete de Producción Publicitaria de Alimentos más asesoría de Marketing Digital. Vídeos de 30 segundos a 1 minuto \$20.00 más asesoría de 4 horas \$15.00, en total \$35.00.
- Paquete de análisis de métricas por red social: El cobro es por red social, independientemente cuál sea, tiene un costo de \$30.00 dólares, si son 2 es \$60.00 y así sucesivamente.
- Paquete de 10 fotografías más análisis de métricas: tiene un costo de \$75.00 dólares.
- Paquete de producción audiovisual más análisis de métricas: un costo de \$70.00 dólares.
- Paquete de Post en diferentes redes sociales: por cada post se cobra \$5.00 dólares.

- Paquete de Post en RRSS más 10 fotografías: es un total de \$75.00 dólares.
- Paquete de Post en RRSS más 2 producciones audiovisuales: \$30.00 dólares.

### **OBJETIVOS COMERCIALES**

- Incrementar los beneficios de la marca. Lanzar nuevos servicios.
- Captar nuevos clientes.
- Fidelizar los clientes Aumentar las ventas. Aumentar los precios.

### **FODA**

#### **Fortalezas**

Como marca contamos con alta especialización en fotografía, producción audiovisual, redacción para radio, televisión, locución, marketing digital, edición en Premiere Pro, Audition, Photoshop e InDesign, todas estas herramientas que benefician a los servicios que ofrecemos.

Además, en “Merandova” se aplicará una estrategia de sostenibilidad para demostrar que se trata de un emprendimiento rentable en lo que se refiere a ser consciente de la cantidad de recursos que se consumen y conocer aquellos puntos como el ahorro de energía, en la utilización de iluminación, en la que se tenga un espacio donde entre luz natural y de esa forma utilizar menos las lámparas en las sesiones fotográficas.

Asimismo, incorporamos valores corporativos que nos permiten tener principios éticos y profesionales, porque creemos que practicarlos y transmitirlos a los integrantes del equipo de trabajo, el funcionamiento será más eficaz.

Entre los valores se encuentran:

- Confianza
- Responsabilidad Integridad Disponibilidad al cambio Pasión
- Transformación
- Brindamos servicios de calidad y variedad con la finalidad que nuestro nicho tenga opciones para poder publicitar sus productos.

Por tanto, las fortalezas de la marca son aplicados a la fotografía y producción de alimentos para determinar y definir la marca, al rubro que se desea crear, para llegar al nicho que como empresa nos interesa y sean que estén dentro de la gastronomía, arte culinario, repostería y todos los productos de alimentos.

### **Oportunidades**

Por tanto, las fortalezas de la marca son aplicados a la fotografía y producción de alimentos para determinar y definir la marca, al rubro que se desea crear, para llegar al nicho que como empresa nos interesa y sean que estén dentro de la gastronomía, arte culinario, repostería y todos los productos de alimentos.

Además, buscamos establecer alianzas con marcas que compartan similar tipo de trabajo al de mi marca, para lograr enriquecer el contenido que se publica.

Producir marketing de contenido para las crecientes audiencias que buscan el tipo de publicaciones que Merandova ofrece.

Con la organización, trabajo constante, buenas relaciones y sobre todo los resultados positivos de los servicios que ofrecemos, nos hemos proyectado optimizar oportunidades en el mercado internacional.

## **Debilidades**

Además, buscamos establecer alianzas con marcas que compartan similar tipo de trabajo al de mi marca, para lograr enriquecer el contenido que se publica.

Producir marketing de contenido para las crecientes audiencias que buscan el tipo de publicaciones que Merandova ofrece.

Con la organización, trabajo constante, buenas relaciones y sobre todo los resultados positivos de los servicios que ofrecemos, nos hemos proyectado optimizar oportunidades en el mercado internacional.

Poca visibilidad en RRSS, somos una marca que está iniciando, por lo tanto, los seguidores en las diferentes redes sociales aún son pocos.

El recurso humano actualmente está limitado a una persona, por ello la carga laboral es densa como para realizar todas las publicaciones. La proyección es que en la medida en que crezca la marca se irá contratando más personal.

## **Amenazas**

Constante incremento de precios, en donde se ha convertido en una de las principales preocupaciones para la economía mundial y que todo se pone más caro, eso hace que los potenciales clientes tengan que dedicar menos inversión a este ámbito, debido a esto la situación económica puede dificultar la contratación de mis servicios. El surgimiento de la competencia que está inmersa en el mismo rubro y tiene más experiencia, recurso humano, equipo de producción, buyer persona definido y posicionamiento en RRSS.

## ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

### ¿Quiénes son mi competencia?

- **Pablo Ruiz Carretero**



Especialista en fotografía gastronómica, fotos de alimentos y productos. También, se ha especializado en el retrato a profesionales.

### ❖ ¿Cómo se comporta en RRSS? 35

Su marca personal se denomina:



**HOTCREATIVIDAD**

PHOTOGRAPHY

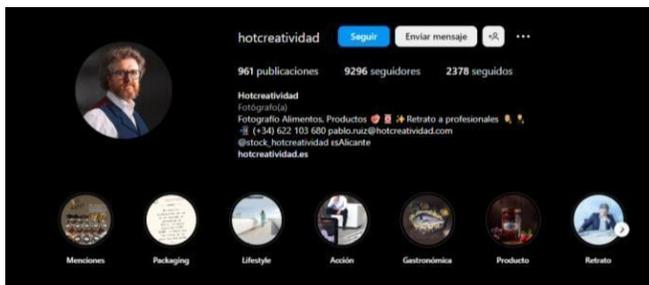
Cuenta con las plataformas de Facebook, Instagram, LinkedIn y página Web , en cada una de ellas muestra su trabajo en la fotografía publicitaria de alimentos, detalla ese detrás de escena con las cámaras, utiliza palabras claves, hashtag a pesar de que no supera los 10k en las distintas redes, su trabajo es invaluable. Casi no publica por semana.

### ❖ **Redes sociales.**

**Facebook.** Casi no publica mucho contenido en esta plataforma, son pocos los likes en cada post y solo tiene 300 seguidores.



**Instagram.** Los likes en cada post ronda entre los 50 a 150 likes. Utiliza hashtag en cada publicación.



**LinkedIn.** Su descripción carece un poco de palabras claves para posicionarse.



**Web.** La sección que más predomina es la de fotografía gastronómica y publicitaria.



### ❖ ¿Qué tan frecuente pública?

No publica tan frecuente, una vez al mes aproximadamente y sus publicaciones en su mayoría son fotografías gastronómicas. Nos diferenciamos porque Ruiz, publica contenido de fotografías de rostros y tengo oportunidad de aprender de su trabajo.

### Penny De Los Santos



Fotografía desde los históricos clubes gastronómicos masculinos del País Vasco hasta los mercados más asediados por terroristas suicidas de Jerusalén, fotografiar la cultura ha sido el corazón del trabajo de Penny. Ha influido en el tema que elige y en la forma en que hace fotografías.

Además, tiene una maestría de la Escuela de Comunicación Visual de la Universidad de Ohio y una licenciatura en Periodismo de la Universidad Texas A&M en College Station

## ❖ Logo de marca personal

PENNY  
DE  
LOS  
SANTOS

## ❖ ¿Cómo se comporta en RRSS?

**Instagram.** Los likes rondan entre 150 a 900 por publicación. Los posts en su mayoría son fotografías de alimentos.



**Facebook.** Cuenta con 6,483 de seguidores, no hay copys en cada post, pero si hashtag.



**Web.** En su mayoría son imágenes de alimentos.

- Tiene un logo en la parte izquierda de la página.
- No tiene Banner.
- No posee buscador. Tiene un menú.

- Cuenta con redes sociales.
- Pie con textos legales.



#### ❖ ¿Qué tan frecuente pública?

Casi no publica en redes sociales, sí utiliza palabras claves. En su cuenta de Instagram el total de publicaciones es de 2.114, en Facebook el contenido que publica es similar al de su trabajo de fotografía de alimentos.

#### ● Carl Warner

Es fotógrafo, artista y director.



#### ❖ ¿Cómo se comporta en RRSS?

**Instagram.** A pesar de que no cuenta con muchas publicaciones, el contenido casi no es similar al de su página web. Asimismo, los me gustan rondan entre los 50 a 100.



**Facebook.** Su contenido en esta plataforma es muy variado y cuenta con 15k de seguidores.



**WEB.** Sus publicaciones de fotografía de alimentos son creativas.

- Tiene un logo en la parte izquierda de la página.
- Banner sin movimiento. No posee buscador.
- Tiene un menú.
- Pie: con textos legales.



❖ ¿Qué tan frecuente pública?

En Instagram publica cada semana, tiene un total de 93 publicaciones, en Facebook, no publica desde diciembre de 2021 y su contenido es muy versátil, aunque sí usa palabras claves en cada post.



- **Aran Goyoaga**



Es panadera de cuarta generación, autora de libros de cocina, estilista de alimentos y fotógrafa.

❖ **¿Cómo se comporta en RRSS?**

**Instagram.** No cuenta con muchos seguidores y tampoco tiene likes arriba de 50.



**WEB.** Son fotografías de recetas que Aran realiza y al mismo tiempo coloca los ingredientes y procedimiento.

- Tiene un logo centrado.

- No tiene Banner.
- No posee buscador.
- Tiene un menú.
- Tienen identificada la plataforma de Instagram.



### ❖ ¿Qué tan frecuente pública?

En Instagram no publica cada semana, aunque su contenido es similar al de la página web, solo tiene 8 publicaciones. Su fuerte es la página web, publica contenido de recetas que ella misma elabora.

## CHECKLIST- INVENTARIO DIGITAL DE MI COMPETENCIA

COMPETENCIA	FACEBOOK	WEB	INSTAGRAM	TWITTER	TIK TOK
<b>PENNY DE LOS SANTOS</b> <a href="https://www.instagram.com/pennydelossantos/">https://www.instagram.com/pennydelossantos/</a> <a href="https://www.facebook.com/pennydelossantosphoto/">https://www.facebook.com/pennydelossantosphoto/</a> <a href="https://hotcreatividad.es/">https://hotcreatividad.es/</a>	X	X	X	X	-
<b>PABLO RUIZ CARRETERO</b> <a href="https://hotcreatividad.es/">https://hotcreatividad.es/</a> <a href="https://www.instagram.com/hotcreatividad/">https://www.instagram.com/hotcreatividad/</a> <a href="https://www.facebook.com/Hotcreatividad.Fotografia">https://www.facebook.com/Hotcreatividad.Fotografia</a>	X	X	X	-	-
<b>CARL WARNER</b> <a href="https://www.facebook.com/foodlandscapes/">https://www.facebook.com/foodlandscapes/</a> <a href="http://www.carlwarner.com/photographer/">http://www.carlwarner.com/photographer/</a> <a href="https://www.instagram.com/carlwarnerofficial/">https://www.instagram.com/carlwarnerofficial/</a>	X	X	X	-	-
<b>ARAN GOYOAGA</b> <a href="https://www.instagram.com/canellevanille/">https://www.instagram.com/canellevanille/</a> <a href="https://www.arangoyoaga.com/new-page-1">https://www.arangoyoaga.com/new-page-1</a>	-	X	X	-	-

## **CONCLUSIÓN**

Cada una de las competencias, tiene similitud con mi trabajo, pero ninguno de los cuatro fotógrafos implementa el marketing de contenido como opción de servicio, si no que, se basan más en la fotografía publicitaria de alimentos. Es una ventaja para mi marca, porque existe una diferencia bien marcada.

## BUYER PERSONA



*Mariana Franco*

Licenciada en Gastronomía y Artes Culinarias

Mariana a sus 35 años es dueña de un restaurante "Utopía" en la Colonia Escalón, San Salvador. Ama elaborar platillos de la gastronomía española, pero pronto actualizará el menú del establecimiento para ofrecer más opciones a sus clientes. Para ello, necesita que un fotógrafo/o tome las fotografías de los nuevos platos de comida para publicitarlos en redes sociales e incluirlos al menú.



Tiene 35 años, le encanta cocinar para sus comensales, amigos y familiares.



Es mamá de una niña de 5 años y vive con su esposa en la colonia Escalón.



Genera más de 60 empleos, entre cocineros, meseros, cajeros, gerentes, personal de limpieza y más. Con ingresos mensuales de \$20,000 dólares.



Se graduó de la Universidad de España de la Licenciada en Gastronomía y Artes Culinarias.



Desea actualizar el menú del restaurante "Utopía", requiere un fotógrafo profesional para realizar las fotografías de alimentos y tener ese Food styling.



Entre los retos es publicitar las fotografías de sus platillos y promocionarlos en redes sociales y la web, para darse a conocer internacionalmente y la visiten a degustar sus platillos.



## Rebeca Chinchilla

### Maestra de Parvularia

Rebeca tiene 25 años de edad. Es maestra de Parvulario en el Kinder Nacional de Mejicanos, San Salvador, trabaja de 8:00 a.m. a 12:00 a.m. Por las tardes acude a un establecimiento donde es la dueña y ofrece comida casera a un precio bastante accesible. Desea que sus productos sean más reconocidos y para eso comenzará por solicitar la ayuda de un profesional quien tome las fotografías y producciones culinarias de las opciones de la amplia variedad de comida que prepara en el local.



Tiene 25 años, ama ser maestra y cocinar.



Vive en Mejicanos, San Salvador con sus padres y hermanas.



Gana mensualmente como maestra \$600.00 dólares y en el establecimiento de comida casera a la semana obtiene una ganancia de \$300.00 dólares semanal.



Se graduó de la Universidad Pedagógica de El Salvador en Profesorado en Educación Inicial y Parvularia.



Desea contratar a un profesional para que realice producciones y fotografías culinaria de sus platillos de comida casera. Además, guiarla para publicarlos en redes sociales y cómo posicionar su marca en la virtualidad.



Entre los retos es crear un menú virtual en la web con fotografías y esas mismas con los videos publicarlos en redes sociales e innovar a sus clientes.



# Rodrigo Campos

## Abogado

Rodrigo tiene 35 años de edad. Tiene su propio bufete de abogados, ubicado en San Miguel, trabaja de 8:00 a.m. a 4:00 p.m. Los fin de semana tiene un local de productos lácteos y embutidos "La vaca y el Pollito". Desea comenzar con el delivey no solo en su zona, si no que a nivel departamental, para eso necesita darse a conocer, pero no tiene tiempo para pensar en una estrategia de marketing, para obtener mas seguidores, interacciones y clientes potenciales.



Tiene 35 años, es abogado y le gusta todo lo que tenga que ver con vender.



Vive en San Miguel con su esposa y su hija de 5 años.



Gana mensualmente como abogado \$2,000 dólares y en el establecimiento obtiene una ganancia de \$800.00 dólares semanal.



Se graduó de la Universidad de El Salvador en Licenciatura en Ciencias Jurídicas.



Desea contratar a un profesional que sepa de marketing digital para que le ayude a crear todo un plan de trabajo y de esa forma potenciar su negocio y llegar a mas clientes..



Entre los retos que desea vencer es lograr posicionar su negocio a nivel departamental y si es posible a nivel nacional. Todo esto para llegar a mas clientes por medios de las RRSS.

## **2° parte**

### **OBJETIVOS GENERALES**

1. Aumentar el número de seguidores en redes sociales en un 10% de 100 a 200, para identificar al buyer journey, publicando semanalmente en los próximos 6 meses.
2. Aumentar las ventas de nuestros servicios en un 20% publicando promociones y contenido interactivo publicando cada semana, para llegar a clientes potenciales en un periodo de 6 meses.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Aumentar el contenido de valor y educativo en Instagram y Facebook, para ganar de 50 a 100 seguidores y llegar a un público más amplio, publicando de lunes a sábado dos veces al día, en un periodo de 3 meses.
2. Mejorar el posicionamiento de nuestra marca Merandova, en un 10% publicando contenido que resuelva en redes sociales para generar tráfico de forma orgánica, estableciendo palabras claves en un lapso de 3 meses.

### **OBJETIVO GENERAL**

1. Aumentar las ventas de nuestros servicios en un 20% publicando promociones y contenido interactivo publicando cada semana, para llegar a clientes potenciales en un periodo de 6 meses.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Aumentar las ventas, 5 publicaciones cada 15 días, un 10% más, ofreciendo servicios de fotografía y producciones publicitarias de alimentos junto a asesoría de marketing

digital, para lanzar promociones cada semana y llegar a clientes potenciales en un periodo de 3 meses.

2. Definir el contenido de interacción, 3 publicaciones cada 15 días, ofreciendo contenido interesante para conocer a mi público y llegar a mi buyer journey en un periodo de 3 meses.

## **CANALES DIGITALES A UTILIZAR**

### **Instagram**

Se ha seleccionado dicha plataforma porque como marca consideramos que nuestro público objetivo se encuentra en este tipo de red social, además que son personas que publican contenido sobre gastronomía, arte culinario, repostería y productos comestibles.

Asimismo, utilizan este espacio para poder dar a conocer sus mejores creaciones porque consideran que estar dentro de la nueva era digital beneficia para darse a conocer, ya que parte de clientes potenciales forma parte de esa comunidad.

Por tanto, facilita el tipo de formato que se desea trabajar porque entre las opciones de elaborar material se encuentra: Reels en vertical, historias en vertical, IGTV, fotografías en horizontal y video en vivo.

Además, la plataforma permite poder interactuar con el público e identificar a nuestro buyer journey, por medio de cajas de respuestas, encuestas, dinámicas, entre otros; con la finalidad de conocer a las audiencias y que conozcan más de la marca.

Por otro lado, se ha elegido Instagram a diferencia de TikTok o YouTube porque en la primera estimamos a nuestro público, ya que son personas entre 25 a 35 años que cuentan con emprendimiento o negocio ya establecidos y desean fotografías y producción publicitaria de

alimentos junto con asesorías de marketing digital para poder posicionarse y estar a la vanguardia de todo tipo de competencias.

La dinámica de mensajería es inmediata, en donde se resolverán dudas de cualquier tipo, aparte del contenido que se publique para resolver, ya que permite un contacto directo.

### **Facebook**

Es una herramienta que revoluciona la comunicación con cualquier persona en el mundo, de una manera rápida y oportuna, se aprovecha para publicar fotos, videos, fotografías, documentos, entre otros.

Además, es una gran herramienta para lograr vender nuestros servicios y facilita la creación de la marca “Merandova”, con todo esto permite que los clientes se pongan en contacto inmediato con nosotros, ya sea interactuar en un post, vía mensajería directa o por cualquier canal de contacto que se haya publicado antes.

Considero que mi buyer journey se encuentra en esta plataforma porque cada uno de ellos cuenta con una “fan page” para publicitar sus productos.

Asimismo, permite crear encuestas del tema que se seleccione y de esa forma conocer los intereses de mi público o de los clientes, donde Facebook mide lo que mis contactos quieren.

Facebook se destaca porque da la posibilidad de promocionar de mejor manera mis servicios, pautando mi contenido y llegar a mis posibles clientes.

### **¿Por qué deje fuera a otras plataformas?**

#### **TikTok**

Es una red social donde su función principal es publicar videos y tiene muchas ventajas porque cuenta con mucho alcance al colocar las palabras claves de la mejor forma.

Por lo tanto, requiere de mucho tiempo planificación y publicaciones diarias para llegar a una mejor audiencia, a pesar de que mi público se encuentra en esta red social, ya que rondan entre los 25 y 35 años, requiere de dedicación, constancia y edición.

En consecuencia, como somos una marca que va comenzando no cuento con mucho recurso humano para poder estar publicando todos los días en este tipo de espacio.

Asimismo, no descartamos la idea de incursionar en esta plataforma más adelante cuando contemos con más personal para apoyar en todas las aéreas.

### **YouTube**

Es un canal donde se publican vídeos y queda a criterio de cada creador de contenido la duración de la producción.

Mientras que, contamos con todos los conocimientos de locución, edición de video y audio, requiere invertir mucho tiempo porque exige más producción.

Por tanto, más adelante retomaremos la idea de utilizar esta plataforma para poder llegar a un público específico.

## **LÍNEA DE CONTENIDO**

Las líneas de contenido que en “Merandova” se han seleccionado son:

- Marketing de Contenido
- Interacciones
- Venta
- Branding
- Educativo

## **Marketing de Contenido**

Este tipo de línea de contenido se ha seleccionado porque se creará contenido de valor para posicionar de mejor manera la marca “Merandova”, llamando la atención de los posibles clientes potenciales a través de redacción SEO, palabras claves, incluidas en infografías, carruseles post, videos, Reels e historias.

## **Interacciones**

Se ha creado esta línea de contenido para interactuar con los clientes que se deleiten con las piezas gráficas que se elaboran y exige a los usuarios a que realicen alguna acción y explorar la información presentada. Generando ventajas de la marca y producir datos relevantes para crear nuevas estrategias de ventas.

## **Venta**

Es importante crear este tipo de línea de contenido para generar promociones, descuentos, nuevos servicios, entre otros. Todo esto con la finalidad de incentivar a los posibles clientes a adquirir nuestros productos.

## **Branding**

En este espacio se ha elaborado un proceso de definición y construcción de la marca “Merandova”, mediante la planificación de todos los procesos gráficos. Con el objetivo de garantizar que nuestros posibles clientes conozcan detalles de la marca y solventar dudas mediante el contenido.

## **Educativo**

Educa a los usuarios a consumir contenido que les aporte a sus negocios o marcas, con la finalidad que sigan creciendo por datos relevantes y seguir en tendencia con sus productos alimenticios.

## LÍNEAS DE CONTENIDO

### Lineas de contenido

N°	Mrt de contenido	Interacción	Venta	Branding	Educativo
1	Carrusel en Instagram sobre 5 tipos de paquetes de servicios que ofrece Merandova	Post de un meme en Facebook.	Post en Instagram sobre promoción del 2x1 paga una sesión fotográfica y recibe una asesoría gratis de marketing digital.	Post de facebook Presentando la Marca Merandova.	Story en Instagram sobre ¿Usas palabras claves en tu post?
2	Post en Facebook sobre 3 datos sobre las producciones audiovisuales en rrs.	Reel en Instagram de una producción audiovisual sobre una receta culinaria.	Post de Facebook sobre: Refiere un conocido y obtén el 30% de descuento en tu próximo servicio	Stories en Instagram colocando las partes del logo de la marca.	¿Dónde agregar palabras claves para posicionar tu marca en FACEBOOK?
3	Story en Instagram sobre 3 ventajas de la producción audiovisual en publicidad de medios digitales	Stop Motion en Instagram sobre las herramientas o equipo que utiliza la marca.	Post en Facebook sobre 10 % de descuento en asesoría de marketing digital.	STORY de Facebook sobre el horario de atención al cliente	Singe Post en Facebook sobre recomendar un Podcast de Marketing Digital.
4	Infografía en Facebook sobre 5 consejos para mejorar tus e producciones audiovisuales en RRSS.		Post en Instagram Muy pronto nuevas ofertas	Video en horizontal en Instagram sobre los Tipos de servicios que Merandova ofrece.	

### Lineas de contenido

N°	Mrt de contenido	Interacción	venta	Brandig	Educativo
5	Reel en Instagram sobre 3 ventajas de la fotografía publicitaria de alimentos.	-	Story de INSTGRAM 20% de descuento en tu primer servicio con Merandova.	Post de Facebook sobre personalidad y atributo de la marca	-
6	Post de Facebook Tipos de fotografía publicitaria que Merandova ofrece.	-	-	Post de cuanto tiempo nos lleva la fotografía, producciones y asesoría.	-
7	Reel de Instagram explicando los tipos de ángulos que Merandova utiliza en las fotografías publicitaria de alimentos.	-	-	Post de Facebook de Tres aspectos esenciales sobre nuestra atención al cliente	-
8	Infografía de Facebook Tipos de Ángulos en la fotografía PUBLICITARIA DE ALIMENTOS				
9	Carrusel en Instagram sobre sus beneficios del Marketong Digital.				
10	Post en Facebook qué es de marketing digital				

## Líneas de contenido - checklist

- 30 publicaciones en 15 días.
- Temáticas establecidas como: Definición de la marca (tipos de servicios, precios, horarios), Fotografía publicitaria de alimentos.
- Producciones audiovisuales de alimentos y Marketing Digital.
- Promociones.
- Contenido de interacción y deleite.

## Líneas de contenido

N°	Tit de contenido	Interacción	venta	Brandig	Educativo
11	Guía de tamaños para diseños en Instagram	-			-
12	Guía de tamaños para diseños en Facebook	-		-	-
13		-	-	-	-
14					

# Lineas de contenido

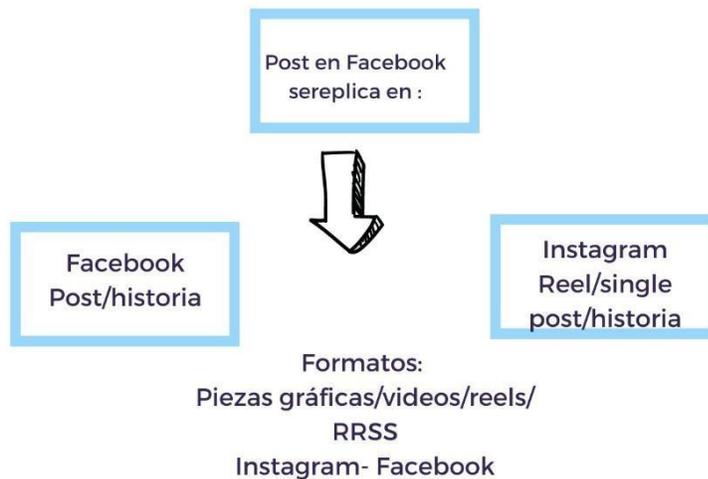
Red Social	Instagram	Facebook	Total
Mrt de Contenido 70	10	12	22
Venta 20	3	2	5
Interacción 10	3	0	3

Total = 30 publicaciones

KPI'S A

MEDIR

# Lineas de contenido



## OBJETIVO GENERAL

1. Aumentar el número de seguidores en redes sociales en un 10% de 100 a 200, para identificar al buyer journey, publicando semanalmente en los próximos 6 meses.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Aumentar el contenido de valor y educativo en Instagram y Facebook, para ganar de 50 a 100 seguidores y llegar a un público más amplio, publicando de lunes a sábado dos veces al día, en un periodo de 3 meses.
2. Mejorar el posicionamiento de nuestra marca “Merandova”, en un 10% publicando contenido que resuelva en redes sociales para generar tráfico de forma orgánica, estableciendo palabras claves en un lapso de 3 meses.
3. Aumento del número de seguidores: se medirá con los nuevos seguidores tanto en Facebook e Instagram.
4. Aumentar el contenido de valor y educativo: se medirá en las métricas de cada post y en el número de nuevos seguidores en Facebook e Instagram.
5. Mejorar el posicionamiento de nuestra marca: se medirá con las interacciones de los seguidores con la marca, con comentarios, mensajes directos o reacciones.

## **OBJETIVO GENERAL**

1. Aumentar las ventas de nuestros servicios en un 20% publicando promociones y contenido interactivo publicando cada semana, para llegar a clientes potenciales en un periodo de 6 meses.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Aumentar las ventas, 5 publicaciones cada 15 días, un 10% más, ofreciendo servicios de fotografía y producciones publicitarias de alimentos junto a asesoría de marketing digital, para lanzar promociones cada semana y llegar a clientes potenciales en un periodo de 3 meses.

2. Definir el contenido de interacción, 3 publicaciones cada 15 días, ofreciendo contenido interesante para conocer a mi público y llegar a mi buyer journey en un periodo de 3 meses.
3. Aumentar las ventas: Se medirá con la cantidad de clientes que adquieran los productos, ya sea por promociones, descuentos o referidos.
4. Definir el contenido de interacción: Se medirá por la cantidad de likes, por los resultados de las métricas, comentarios y número de veces compartido.

## REDES SOCIALES

### Instagram



## Facebook



## CALENDARIO DE CONTENIDO

### Calendario de contenido

**El calendario de contenido cuenta con:**

- Fecha
- Horario
- Tipo de contenido
- Pilar de contenido
- Formato de contenido
- Copy
- Link
- Descripción Gráfica

**Se ha repartido todo el contenido en :**

- Marketing Contenido
- Venta
- Interacción

**TIEMPO:**

Los calendarios están diseñados para 15 días del 3 al 19 de octubre, realizando 2 publicaciones por día, menos los domingos.

Red Social	Instagram	Facebook	Total
Mrt de Contenido 70	10	12	22
Venta 20	3	2	5
Interacción 10	3	0	3

## Calendarios de Marketing Digital: Facebook e Instagram

CALENDARIO DE FACEBOOK				
Fecha y hora	Tipo de Contenido	Pilar	Copys	Link Pieza Gráfica
03/10/2022 9:00 a.m.	Post	Branding	¿Te gustaría conocer la marca Merandova? Es una marca que hará que tus productos comestibles se vuelvan tendencias en redes sociales. Conoce más de nosotros en este post y  comenta qué servicio te gustaría adquirir. #Fotografía #Alimentos #Productos #Marketing.	<a href="https://drive.google.com/file/d/1g0hkLN7tCTiHdPOaBluZqiisAkM3Ijdq/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1g0hkLN7tCTiHdPOaBluZqiisAkM3Ijdq/view?usp=sharing</a>
04/10/2022 10:00 a.m.	Historia	Branding	¡Agenda tu cita ahora!	<a href="https://drive.google.com/file/d/1COS4GumsfFrj4DXdyhJv7QJbq1ZfK5FW/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1COS4GumsfFrj4DXdyhJv7QJbq1ZfK5FW/view?usp=sharing</a>
05/10/2022 11:00 a.m.	Post	Branding	¿Te gustaría trabajar con una macar con personalidad definida? Es importante que una marca cuente con los atributos necesarios para mostrar confianza a los cliente. Conoce cuáles son por medios de este post. Dale like si estás de acuerdo #Personalidad #Atributos #Confianza #Cliente	<a href="https://drive.google.com/file/d/1rAorDm3NudDny4urz5Djf293IUi80o5s/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1rAorDm3NudDny4urz5Djf293IUi80o5s/view?usp=sharing</a>
06/10/2022 12:00 m.	Post	Branding	¿Estás cansado de solicitar solución a un problema y no lo resuelvan? Perder tiempo y dinero en un servicio que no tuvo beneficios para tu marca. ¡No te preocupes más! Merandova resuelve tus dudas y problemas de inmediato. Siguenos en Facebook e Instagram. #ServicioAlCliente #Beneficios #Solución	<a href="https://drive.google.com/file/d/17hIhBnJ3mDUep8b4h_F3KKVPwiKxho1/viiew?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/17hIhBnJ3mDUep8b4h_F3KKVPwiKxho1/viiew?usp=sharing</a>
07/10/2022 12:00 m.	Post	Venta	Te gustaría obtener beneficios en uno de los servicio que ofrece Merandova? Obten un 30% de descuento en fotografía, producción audiovisual o asesoría de Marketing Digital, si nos refieres a un conocido. ¡No dejes pasar esta oportunidad para seguir en tendencias! ¡Prueba nuestros servicios! Comenta si quieres un beneficio #Beneficios #Descuentos	<a href="https://drive.google.com/file/d/1vS7ijEEzBfFw6h_KPyOxefD4_jqrBe/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1vS7ijEEzBfFw6h_KPyOxefD4_jqrBe/view?usp=sharing</a>

08/10/2022 10:00 a.m.	Post	Marketing de Contenido	¿No sabes cómo darle vida a tus productos comestibles? # ProduccionesAudiovisuales ayudan para que tus productos alimenticios luzcan apetecibles. Descubre cómo lucirán en video tus creacion deliciosas. Lee el siguiente post y siguenos	<a href="https://drive.google.com/file/d/1b7jTP4PSoNgSoeN0IApF96ZgQZptwOU/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1b7jTP4PSoNgSoeN0IApF96ZgQZptwOU/view?usp=sharing</a>
10/10/2022 11:00 a.m.	Infografía	Marketing de Contenido	¿Te gusta que tus platillos exquisitos cobren vida? Te mostramos 5 consejos para que mejores tus producciones audiovisuales. No dejes pasar este post te ayudarán a recrear tus productos. Dale like y comenta. #Consejos #ProduccionesAudiovisuales #RedesSociales	<a href="https://drive.google.com/file/d/118pwKfgtDfz3cEwz2dDxtIXxj8BnpqXT/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/118pwKfgtDfz3cEwz2dDxtIXxj8BnpqXT/view?usp=sharing</a>
11/10/2022 12:00 m.	Infografía	Marketing de Contenido	¿Deseas que tus productos comestibles se vean apetecibles en redes sociales? Descubre los tipos de servicios que Merandova te ofrece. ¡Contrata ya una sesión fotográfica! Comenta qué tipo de fotografía publicitaria deseas obtener. #FotografíaPublicitaria #Servicios #ProductosComestibles	<a href="https://drive.google.com/file/d/1lccuVl2sJZS2fYmxuOjONWqciN1MrFx/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1lccuVl2sJZS2fYmxuOjONWqciN1MrFx/view?usp=sharing</a>
12/10/2022 09:00a. m.	Infografía	Educativo	¿Te gusta conocer sobre el posicionamiento de tu marca en redes sociales? No dejes de aprender cosas nuevas todos los días y descubre cómo agregar plabras claves en tus post. Sigue leyendo el siguiente post. Comenta si te gustó este contenido #PalabrasClaves #Redes Sociales	<a href="https://drive.google.com/file/d/15Q1QmDjxN5poz1XkQOv27maK0qBTcjrH/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/15Q1QmDjxN5poz1XkQOv27maK0qBTcjrH/view?usp=sharing</a>
13/10/2022 10:00 a.m.	Infografía	Marketing de Contenido	¿Quieres que la gastronomía de tu establecimiento destaque en redes sociales? No dejes de lado los tipos de ángulos que más se utilizan en la fotografía de alimentos. Estos datos harán que tu marca se diferencie de la	<a href="https://drive.google.com/file/d/1Cqm5JrUivogo7-smuJRI4t9-jlCSYVqs/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1Cqm5JrUivogo7-smuJRI4t9-jlCSYVqs/view?usp=sharing</a>

			competencia. Prueba nuestros servicios. ¿Tienes alguna duda? Coméntala abajo #Ángulos #FotografíaPublicitaria	
14/10/2022 11:00 a.m.	Post	Educativo	Te gustaría aprender más sobre el marketing digital? No te puedes perder este podcast, donde aprenderás nuevas técnicas, para que las reflejes en tus redes sociales o plataformas digitales. 📌📌 Dale doble toque al siguiente link. #Podcast #MarketingDigital	<a href="https://drive.google.com/file/d/1ow9ZX2oQGloBlQd1XUfrPyF6kWsRB2V1/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1ow9ZX2oQGloBlQd1XUfrPyF6kWsRB2V1/view?usp=sharing</a>
15/10/2022 12:00 m.	Post	Interacción	Garantizado! el buen humor ayuda a mejorar tu día. Comenta abajo ¿Qué otros memes conoces? #MarketingDigital #BuenHumor	<a href="https://drive.google.com/file/d/1-MH50Keiw6c5_LVK9GHn2KxV7ibJd0Ho/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1-MH50Keiw6c5_LVK9GHn2KxV7ibJd0Ho/view?usp=sharing</a>
17/10/2022 11:00 a.m.	Post	Marketing de Contenido	¿No sabes sobre marketing digital? ¿Deseas que sea implementado en tus redes sociales o plataformas? No dejes pasar este post, conoce sobre este término y adquiere una asesoría personalizada para tu marca. Comparte con un amigo que también le interese #MarketingDigital	<a href="https://drive.google.com/file/d/1-MH50Keiw6c5_LVK9GHn2KxV7ibJd0Ho/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1-MH50Keiw6c5_LVK9GHn2KxV7ibJd0Ho/view?usp=sharing</a>
18/10/2022 10:00 a.m.	Post	Venta	¿Cansado que tu marca no destaque en los motores de búsqueda? 📌📌 No gastes mucho en pagar publicidad en redes sociales, te ayudamos a minimizar costos utilizando el SEO para posicionarte. ¿Tienes dudas? Comenta abajo. # Promoción #MarketingDigital	<a href="https://drive.google.com/file/d/1N9YK MnA61l6WxLMMraQJeg7rl0iKmh/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1N9YK MnA61l6WxLMMraQJeg7rl0iKmh/view?usp=sharing</a>
19/10/2022 11:00 a.m.	Post	Marketing de Contenido	¿Te gusta publicar en Facebook? 📌📌 Conoce las siguientes medidas que debes utilizar en cada post. Aplica correctamente las medidas en cada pieza gráfica. 📌📌📌📌 No te olvides de darle like. #Guías #Diseño #Tamaños	<a href="https://drive.google.com/file/d/1xWZUipxH4l155vbom4bbB2lmbZkoLg/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1xWZUipxH4l155vbom4bbB2lmbZkoLg/view?usp=sharing</a>

CALENDARIO INSTAGRAM				
Fecha y hora	Tipo de Contenido	Pilar	Copys	Link Pieza Gráfica
03/10/2022 9:00 a.m.	<b>Historia</b>	<b>Branding</b>	¡Te presentamos nuestro logo de la marca Merandova! Recuerda, reaccionar si te gustó.	<a href="https://drive.google.com/file/d/12YtGpi7eS7YuUT5eJcl5l26svRBfH5Oj/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/12YtGpi7eS7YuUT5eJcl5l26svRBfH5Oj/view?usp=sharing</a>
04/10/2022 10:00 a.m.	<b>Video</b>	<b>Branding</b>	¿Deseas conocer sobre nuestros servicios? Son indispensables para que tu marca figure en internet. No te quedes sin adquirir todo lo que Merandova te ofrece. Dale doble toque si te gustó este contenido. #Servicios #FotografíaPublicitaria #MarketingDigital	<a href="https://drive.google.com/file/d/14e43mOrAbpxvcUtrVX1yV_RmYCPGa8i/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/14e43mOrAbpxvcUtrVX1yV_RmYCPGa8i/view?usp=sharing</a>
05/10/2022 11:00 a.m.	<b>Post</b>	<b>Branding</b>	¿Estas cansada/o de perder tiempo en los servicios que te ofrecen para tu marca? Optimiza tu tiempo. Nosotros te traemos la solución para que puedas salir con todos tus proyectos a tiempo. ¿Estas de acuerdo? Cuéntanos en comentarios. #Optimización #FotografíaPublicitaria #Marketing Digital #ProduccionesAudiovisuales	<a href="https://drive.google.com/file/d/1m1f2gWthYj_JgUT5xGpXelcRUX9NFloh/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1m1f2gWthYj_JgUT5xGpXelcRUX9NFloh/view?usp=sharing</a>
06/10/2022 12:00 m.	<b>Carrusel</b>	<b>Marketing de Contenido</b>	¿Estás pensando en potenciar tu marca? Somos los indicados para ofrecerte los servicios que harán que figures en internet. No te puedes perder este post. Me gusta para ver más contenido. #Servicios #Marca #FotografíaPublicitaria #ProducciónAudiovisual #MarketingDigital	<a href="https://drive.google.com/file/d/1-LThXBxSHY5q7iQ4ooKPzRoNSDzqv8H/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1-LThXBxSHY5q7iQ4ooKPzRoNSDzqv8H/view?usp=sharing</a>

07/10/2022 12:00 m.	<b>Post</b>	<b>Venta</b>	<p>¿Deseas una sesión fotográfica para tus productos comestibles? Destacar entre tu competencia con marketing digital hará la diferencia. ¡No dejes pasar esta oportunidad! Doble toque si te gustó el contenido.</p> <p>#Promoción #FotografíaPublicitaria</p>	<a href="https://drive.google.com/file/d/1YjRqhQvaYCx8uXPV6FkJ462aBP5I0CO7/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1YjRqhQvaYCx8uXPV6FkJ462aBP5I0CO7/view?usp=sharing</a>
08/10/2022 10:00 a.m.	<b>Reel</b>	<b>Interacción</b>	<p>¿Estas de acuerdo que la gastronomía es un arte? Esta receta recrea una percepción visual de cómo pueden apreciar tus creaciones. No te pierdas el resultado de este delicioso platillo. Me gusta, si quieres más contenido como este.</p> <p>#Gastronomía #ProducciónAudiovisual</p>	<a href="https://drive.google.com/file/d/1j3sCb0u4qcLajP84x1J7Fiue8zFORlg2/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1j3sCb0u4qcLajP84x1J7Fiue8zFORlg2/view?usp=sharing</a>
10/10/2022 11:00 a.m.	<b>Historia</b>	<b>Marketing de Contenido</b>	<p>¿Quieres conocer las ventajas de la producción visual? Son importantes para mejorar tu posicionamiento en las redes sociales. No olvides seguir en tendencia en tus publicaciones. Toca el pequeño corazón abajo.</p> <p>#Ventajas #ProducciónAudiovisual</p>	<a href="https://drive.google.com/file/d/1DfNrTaaQhb4x4qE1xyoXOi6WtdS7kQpM/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1DfNrTaaQhb4x4qE1xyoXOi6WtdS7kQpM/view?usp=sharing</a>
11/10/2022 12:00 m.	<b>Reel</b>	<b>Marketing de Contenido</b>	<p>¿Te gustaría mejorar en la fotografía publicitaria? Este reel es para ti. Conoce y aprende para mejorar en el contenido de tu marca. Comenta si ya las conocías. #Ventajas</p> <p>#FotografíasPublicitarias #Alimentos</p>	<a href="https://drive.google.com/file/d/1p1JSSTL8nINldphjceN8TLQ7thcJr9UD/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1p1JSSTL8nINldphjceN8TLQ7thcJr9UD/view?usp=sharing</a>
12/10/2022 09:00a. m.	<b>Historia</b>	<b>Educativo</b>	<p>¡Aprende a utilizar las palabras clave en tu estrategia!</p>	<a href="https://drive.google.com/file/d/18RPOrDcUJVNr3nM5QP8xycK6INw7axE/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/18RPOrDcUJVNr3nM5QP8xycK6INw7axE/view?usp=sharing</a>

13/10/2022 10:00 a.m.	Reel	Marketing de Contenido	¿Quieres que el arte culinario de tu establecimiento destaque en redes sociales? No dejes de lado los tipos de ángulos que más se utilizan en la fotografía de alimentos. Estos datos harán que tu marca se diferencie de la competencia. Prueba nuestros servicios. ¿Tienes alguna duda? Coméntala abajo #Ángulos #FotografíaPublicitaria	<a href="https://drive.google.com/file/d/1w171MCMci5FW8T_vrn3Dee7pg0Z9-vkh/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1w171MCMci5FW8T_vrn3Dee7pg0Z9-vkh/view?usp=sharing</a>
14/10/2022 11:00 a.m.	Post	Venta	¿Deseas que Merandova te brinde nuevas ofertas? No te lo puedes perder. Te harán querer contratar nuestros servicios. Doble toque si te gusta. #Promoción #Servicios	<a href="https://drive.google.com/file/d/1wc0G3mE0bgX1jwiRKwkTgC4lvNqvLeY8/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1wc0G3mE0bgX1jwiRKwkTgC4lvNqvLeY8/view?usp=sharing</a>
15/10/2022 12:00 m.	Video Horizontal	Interacción	Te gusta el contenido de entretenimiento? Te muestro una de las herramientas que Merandova utiliza para trabajar. El buen contenido depende del equipo de trabajo. No olvides compartir y darle like. #StopMotion #Herramientas #Cámara	<a href="https://drive.google.com/file/d/14gIVJA4A2pgWsjPjgKz3QIM8pTxZc20a/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/14gIVJA4A2pgWsjPjgKz3QIM8pTxZc20a/view?usp=sharing</a>
17/10/2022 11:00 a.m.	Carrusel	Marketing de Contenido	¿Quieres mejorar el posicionamiento de tu marca? Te muestro los siguientes beneficios que te harán subir de nivel. Pon en práctica este contenido. Siguenos en Instagram. #Beneficios #MarketingDigital	<a href="https://drive.google.com/file/d/1y6altD1_dJliOzs8bF1eH7dSBL59nK_0/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1y6altD1_dJliOzs8bF1eH7dSBL59nK_0/view?usp=sharing</a>
18/10/2022 10:00 a.m.	Historia	Venta	¡Que esperar no dejes de estar en tendencia!!	<a href="https://drive.google.com/file/d/1kAGOECl_yZ7I49CPv6CfKGZ3DoR3qhpQ/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1kAGOECl_yZ7I49CPv6CfKGZ3DoR3qhpQ/view?usp=sharing</a>
19/10/2022 11:00 a.m.	Post	Marketing de Contenido	¿Te gusta publicar contenido de valor en Instagram? Conoce las	<a href="https://drive.google.com/file/d/15hvv7aFBeQknh8DPEkzR98sjt3SHW3T/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/15hvv7aFBeQknh8DPEkzR98sjt3SHW3T/view?usp=sharing</a>

			<p>siguientes medidas que debes utilizar en cada post. Aplica correctamente las medidas en cada pieza gráfica. Envía este post a tu amiga/o que necesita verlo. #Guías #Diseño # Tamaños</p>	
--	--	--	--	--

## REFERENCIAS

- Concepto. (martes de agosto de 2022). *Concepto*. Obtenido de : <https://concepto.de/redes-sociales/>
- Digital, M. (15 de agosto de 2022). *¿Qué es y cómo funciona?* Obtenido de <https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>
- Estudio, S. (s.f.). *Qué es un copy y por qué es tan importante para el SEO*. Obtenido de <https://www.seoestudios.es/que-es-un-copy-seo/>
- Nartins, J. (11 de noviembre de 2022). *Qué son los objetivos SMART con ejemplos y plantilla*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/smart-goals>
- Raeburn, A. (1 de julio de 2022). *Análisis FODA: qué es y cómo usarlo (con ejemplos)*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>