

Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Departamento de Periodismo



TÍTULO:

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL
PARA LA CREACIÓN DE LA MARCA PERSONAL: “LIDIA SERVELLÓN,
DIRECTORA DE ARTE Y FOTÓGRAFA DE PRODUCTO Y ALIMENTO”**

PRESENTADO POR: **MARTHA LIDIA SERVELLÓN CORTÉZ** **CARNÉ**
(SC13022).

Informe final del Curso de Especialización en Medios Digitales y Redes Sociales
para optar por el título de Licenciatura en Periodismo.

Docente del Curso de Especialización

Licda. Silvia María Estrada López.

Coordinador General de Procesos de Graduación

Msc. Yupiltsinca Rosales Castro

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

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 ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL
SECRETARIO GENERAL**

**LIC. RAFAEL HUMBERTO PEÑA 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**

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

**MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO
SECRETARIO**

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

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

**MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

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

AGRADECIMIENTOS

Hola, queridos amigos:

Con gran emoción y agradecimiento les presento mi proyecto final, Estrategia De Marketing Digital para la creación de la marca personal: “Lidia Servellón, directora de Arte y Fotógrafa de Producto y Alimento”. Este proyecto es un reflejo de mi pasión por la creatividad y la fotografía, un mundo mágico lleno de texturas, colores y sabores.

Aunque mi formación académica fue como periodista, estoy agradecida por todo el conocimiento adquirido en la universidad, el cual me ha ayudado a desarrollar habilidades de investigación, análisis y narración, que he aplicado en mi trabajo como directora de arte y fotógrafa. Pero, lo más importante, he aprendido que debemos seguir nuestros sueños y estudiar y dedicarnos a lo que amamos por encima de todo.

Quiero dedicarle un especial a mi madre, quien trabajó incansablemente y me ayudó en todo lo que pudo mientras estaba en la universidad. A mi hermano Marvin Adonay, quien me ayudó a comprar mi primera cámara, que luego se convirtió en el pincel para escribir mi futuro.

Además, no podría dejar de mencionar a mis amigos y compañeros de la universidad que se convirtieron en mis modelos y se dejaron retratar por mi cámara. Gracias a ellos aprendí a ver la belleza en todo lo que me rodea y a capturarla de manera artística.

También quiero agradecer a mi amiga Silvia Silis, quien me aconsejó y estuvo ahí para hacerme reír, escucharme y compartir momentos en la cafetería. Su presencia en mi vida ha sido una gran inspiración y un recordatorio de que siempre debemos tener un apoyo emocional en nuestros proyectos.

A Joel Portillo, mi compañero de aventuras en este viaje mágico de la fotografía. Gracias a su confianza y apoyo incondicional, he logrado superar mis miedos y limitaciones, y he aprendido a confiar en mi instinto y visión creativa. Su presencia en mi vida ha sido una verdadera bendición y no puedo imaginar haber llegado hasta aquí sin él.

Por último, me gustaría expresar mi gratitud a la biblioteca de la universidad por brindarme un espacio sagrado del conocimiento para presentar mi proyecto de investigación.

Espero que mi proyecto inspire a otros a seguir sus pasiones y a luchar por sus sueños creativos, porque es la forma más auténtica de vivir y encontrar nuestro lugar en el mundo.

Con amor y gratitud

Lidia Servellón
Directora de arte y fotógrafa de producto y alimento

Contenido

Contenido

RESUMEN	7
INTRODUCCIÓN	8
SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA	9
MANIFIESTO	9
ANTECEDENTES	9
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA	10
VISIÓN	11
MISIÓN	11
VALORES	11
REDES SOCIALES	11
SERVICIOS	11
OBJETIVOS DE LA MARCA	16
OBJETIVO GENERAL #1	16
OBJETIVO GENERAL #2	16
FODA	17
ANÁLISIS Y RESULTADOS FODA:	18
CANALES DIGITALES DE LA MARCA	19
INSTAGRAM	19
FACEBOOK	19
OTRAS REDES NO SELECCIONADAS POR LA MARCA	19
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	20
TOASTMEDIA DE JAVIER PEÑATE	21
OMFOODTOGRAPHY DE ORLANDO MOLINA	23
ABDUL ALEMÁN CON TRIDENTE DIGITAL	25
TWICE CREATIVE STUDIO	27
CONCLUSIÓN DEL ANÁLISIS	30

<u>BUYER PERSONA</u>	<u>31</u>
TANIA MATA / JEFA DE MERCADEO	31
JOE PORTILLO / DUEÑO DE RESTAURANTE.....	33
FERNANDO SILVA / FOTÓGRAFO	35
<u>LÍNEAS DE CONTENIDO</u>	<u>37</u>
CONTENIDO DE VALOR PARA EMPRENDEDORES O FOTÓGRAFOS FREELANCE	37
CONTENIDO REFERENTE A LA EXPERIENCIA DE EMPRENDER.	37
CONTENIDO DE ORIENTACIÓN PARA LOS CLIENTES.	37
PORTAFOLIO.....	38
CONTENIDO VINCULANTE O EMOCIONANTE EN REDES SOCIALES.....	38
<u>KPI'S A MEDIR</u>	<u>39</u>
<u>CALENDARIO DE CONTENIDO.....</u>	<u>40</u>
CALENDARIO DE CONTENIDO PARA INSTAGRAM.....	41
CALENDARIO DE CONTENIDO PARA FACEBOOK	45
<u>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</u>	<u>51</u>

RESUMEN

A continuación, se presenta el estudio realizado sobre la marca Lidia Servellón, fotógrafa de productos, alimentos y dirección de arte, para la cual, se elabora un diagnóstico de en qué estado se encuentra actualmente la marca y cómo se pueden implementar nuevas estrategias que permitan su crecimiento exponencial para mejorar su alcance y ampliar su cartera de clientes.

El estudio parte de la necesidad presentar a la marca Lidia Servellón, como pionera en el mercado de la fotografía publicitaria a nivel nacional, que busca innovar la manera en la que se viene trabajando la fotografía de alimentos y productos en el país, aplicando nuevas técnicas y tendencias de escala mundial para lograr que las marcas salvadoreñas proyecten con eficiencia sus productos, generando un vínculo de consumo con sus potenciales clientes, pretendiendo posicionar a cada marca con la que se trabaja como empresa líder entre su nicho de ventas, por medio de la fiel representación visual de los valores y la esencia que caracteriza a cada empresa.

Palabras clave: foto de producto, aprende foto, reels, emprendedorsv, El Salvador, marcas salvadoreñas, mercadeosv, food photography, props photography, food styling, art direction.

INTRODUCCIÓN

Desde principios del siglo XX la fotografía se ha utilizado la fotografía como recurso en infinidad de campañas publicitarias, cuyo uso comercial puede ir desde la venta de productos hasta la proyección de mensajes que más representan a la marca que los emplea. Una de las grandes bondades de la fotografía publicitaria, es que permite captar a través de la belleza de una imagen, la atención visual de los consumidores, que según Roland Barthes bien puede describirse como un efecto de impacto.

Una campaña publicitaria visual o audiovisual, definitivamente no estaría completa sin la incorporación de la fotografía, cuyo concepto, parte del boceto conceptual que busca ser representado, pero que nace en la psiquis del productor o incluso del director de arte, por lo que en las siguientes etapas (preproducción, producción y postproducción), el equipo técnico debe trabajar en función de ello.

Así como se cree que cada cabeza es un mundo, se puede decir que cada fotógrafo posee una especialidad y un estilo, que va definiendo en el ruedo de su carrera, y si bien es cierto que hay profesionales que son capaces de desempeñarse en varios escenarios, sería ideal que cada uno perfeccione un método que le caracterice como sello propio. Ya que como en cualquier arte, es necesario que el fotógrafo sea capaz de introducir a sus audiencias en la más profunda expresión del sentimiento que se pretenda abordar, donde cada elemento pretende ser captado por el lente con naturalidad y ternura, de tal forma, que promueva una acción de compra.

Sin embargo, es necesario aclarar que la fotografía publicitaria no está comprometida con la realidad, y bien puede partir de ella, pero su objetivo, es impactarnos con un producto final ideal, que presente una realidad que ha sido construida minuciosamente para resaltar las características físicas del producto que posiciona.

Por lo que, es un género fotográfico que permanece en la búsqueda constante de la originalidad, y al enfrentarse al acelerado mundo del consumismo actual, somete al fotógrafo a una renovación constante, a estar a la vanguardia de las últimas tendencias, sin perder de vista las principales características del género: el impacto visual, el concepto creativo y la necesidad de promover la acción de compra.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

Manifiesto

Mi nombre es Lidia Servellón y creo que detrás de cada objeto inanimado existe una historia por contar, que la luz es la pluma con la que escribo una imagen, la cámara es el instrumento que captura la realidad, creo que hay fotografías que describen la ficción, la magia y la verdad, que cada objeto esconde una grandeza entre sus características.

Creo en las pequeñas historias que alientan al universo, en la capacidad de la belleza que se manifiesta a través de sus formas, luz y color, que atrás de un lente se vuelve inmortal creo en la capacidad de mirar lo que no se mira, y que mi trabajo es hacer lo que merece ser mirado. No hago fotografías de objetos, capturo la historia que tiene que ser contada.

Antecedentes

La marca Lidia Servellón, directora de arte y fotógrafa de producto y alimento en El Salvador, nace como la unión de diversos elementos que componen la esencia de su fundadora, quien inicia como periodista, teniendo la posibilidad de convertir los datos en historias auténticas, reales y de carácter. Con una profunda inclinación hacia el arte, entre literatura, música e historia, poco a poco, encontró su pasión tras un lente, en el que pudo imaginar, crear y provocar emociones, sensaciones y pensamientos para la acción.

La marca inicia hace tres años mientras se encontraba cursando sus últimas materias de la U y experimentaba con diversos estilos de fotografía, en el camino aprendió a especializarse en foto de producto y alimento, a apreciar la luz, a confiar en los dones y talentos propios, mejorarlos, transformarlos y compartirlos con los demás.

Al inicio, todo era un juego y gustaba de hacer fotos de productos o alimentos en casa, poco a poco me di cuenta que no habían fotógrafos de este tipo en el país, al menos no que conociera, entonces decidió trabajar en un portafolio sólido y le escribió a marcas que llamaran su atención, muchas veces no obtuvo respuesta o no se concretaba la venta, aprendí que vender no era mi fuerte, así que decidió llamar su atención con fotos artísticas hechas desde casa y compartirlas en diversos formatos a través de las redes sociales.

Poco a poco y gracias a Tiktok las marcas comenzaron a llegar, recibí mensajes de agencias, dueños de empresas o emprendimientos, jefes de mercadeo o diseñadores, la voz se corrió y cada que hacía fotos a alguna empresa lo compartía en las redes sociales.

Llegando al punto en que no podía atender a toda la gente que escribía y realizó un formulario donde los interesados describen los detalles del proyecto que quieren cotizar, cantidad de fotos, concepto, cantidad de producto, uso de la imagen, entre otros. Cada proyecto es único y diferente y los gastos cambian, por lo tanto, no se puede ofrecer paquetes estándar como lo haría cualquier fotógrafo.

Luego de que el interesado llena el formulario, le envió una cotización tomando en cuenta los datos brindados, al ser aprobada se procede a la reproducción y desarrollo del concepto para la sesión de fotos, se realiza la sesión de fotos y se procede a la entrega final de los archivos.

Hasta la fecha cuento la historia de cada producto o alimento, creando conceptos artísticos, comerciales y publicitarios.

Descripción de la marca

Para la marca, se aprueba el uso de una línea gráfica colorida, basada en el desarrollo de la creatividad y algunos elementos visuales que representan el rubro de clientes al que está dirigida la marca, por lo que, se presenta la versión oficial del imago tipo:



Con este proyecto, se busca potenciar el uso de las plataformas digitales Facebook e Instagram con el fin de posicionar la marca frente a la gran cartera de clientes que navegan por las redes en busca de una representación muy visual de lo que están buscando para sus nuevas campañas publicitarias, brindando como resultado, una ampliación en la cartera actual de clientes, fortalecer la red de contactos a nivel nacional e internacional.

Visión

Ser un referente en fotografía y dirección de arte para productos y alimentos que transforme y ayude a fortalecer a las marcas salvadoreñas, elevando su promesa, relevancia y posicionamiento en el mercado.

Misión

Ofrecer a las marcas una solución creativa para contar la historia de sus productos a través de fotografías que inspiren, motiven y provoquen las emociones esperadas para fortalecer los vínculos con sus clientes.

Valores

1. Responsabilidad y compromiso con el trabajo
2. Creatividad y sinceridad en la ejecución
3. Fidelidad al concepto de cada marca
4. Libertad y amor en la expresión visual

Redes sociales



@lidia_servellon



@Lidia Servellón – Fotógrafa

Servicios

- Fotos para eCommerce/limbo blanco

Este tipo de fotos se usan para: páginas web, impresos, artes gráficos, plataformas de venta como Tuyo, Pedidos Ya, Hugo, menú impreso o digital, vallas, mupies, entre otros.

La fotografía no tiene otra intención que la de mostrar al producto de la forma más realista posible, vista desde diferentes ángulos y como único protagonista.

Estas fotos son para toda empresa que venda productos o alimentos y es de las más necesarias, un ejemplo sería:



Sin embargo, los precios varían según los requerimientos del cliente y el nivel de la empresa, por lo que, en cada caso, se deben considerar los siguientes puntos:

- 1) **Nivel de empresa:** emprendedor, pequeña, mediana o gran empresa.
- 2) **Uso de la imagen:** Redes sociales, plataformas de venta, vallas, mupis, pantallas, incluso si se usarán solo en El Salvador o en otros países.
- 3) **Ubicación:** se toman en cuenta los gastos de movilización, si es dentro o fuera de San Salvador, incluso fuera del país.
- 4) **Cantidad de fotos:** Hay ocasiones en las que se cobra por cantidad de fotos o por día de producción, pues no es lo mismo hacer 5 que 50 artes finales.
- 5) **¡A cotizar!**

- Fotos Still Life

La fotografía de Still life o bodegón es ideal para transmitir mucha más información del producto, y evocar una sensación de abundancia que de otra forma quedaría fuera de la imagen, además, su capacidad creativa las convierte en una herramienta muy potente para conectar con los clientes en redes sociales.

En sectores como la alimentación, donde los productos en sí mismos son bastante estándar, las fotografías de bodegón ayudan a transmitir sensaciones de apetito que favorecen la decisión de compra.

Estas fotos son válidas para cualquier empresa o emprendedor que venda un producto o alimento. El uso de esta imagen en infinito desde redes sociales, impresos, portadas, vallas

publicitarias, mupis, entre otros. Lo importante de estas fotos es saber adaptarse al estilo y necesidad de cada empresa y utilizar esta técnica para potenciar la visión de sus productos:



En este caso, los precios varían según los requerimientos del cliente y el nivel de la empresa, por lo que para cada proyecto se vuelve necesario realizar el siguiente diagnóstico:

- 1) **Nivel de empresa:** emprendedor, pequeña, mediana o gran empresa.
- 2) **Uso de la imagen:** Redes sociales, plataformas de venta, vallas, mupis, pantallas, incluso si se usarán solo en El Salvador o en otros países.
- 3) **Complejidad:** Cada proyecto y concepto es diferentes, hay ocasiones en que la utilería para la foto es costosa o barata, se han recibido trabajos en los que el cliente solicita hasta piedras para las fotos, flores, se han realizado trabajos de pintar o cortar, en general, toca hacer de todo un poco.
- 4) **Ubicación:** se toman en cuenta los gastos de movilización, si es dentro o fuera de San Salvador, incluso fuera del país.
- 5) **Cantidad de fotos:** Hay ocasiones en las que se cobra por cantidad de fotos o por día de producción, pues no es lo mismo hacer 5 que 50 artes finales.
- 6) **¡A cotizar!**

- Fotos life style o de consumo

Este tipo de fotografía tiene el propósito de contar la historia de una situación cotidiana con el producto y el elemento humano, mostrando la personalidad y los atributos a través de la vida de los protagonistas.

Estas fotos se realizan en locaciones y puede utilizarse modelos o no, se puede crear una escena natural solo con el producto y dar a entender cómo se usa, y es perfecta, porque no sólo enseña un producto/servicio, sino que hace que el espectador se identifique con la persona que está consumiendo ese producto en la fotografía/anuncio y, por ello, es mucho más fácil que se interese por el mismo, un ejemplo de este estilo de foto sería:



Para este tipo de fotos en específico, los precios varían según los requerimientos del cliente y el nivel de la empresa y es necesario aclarar que estas fotos se realizan solo cuando son empresas que venden alimentos o productos en específico, pues no es de interés de la marca realizar fotografías de moda.

- 1) **Modelos:** la cantidad de modelos es importante, pues los costos para producir aumentan.
- 2) **Uso de la imagen:** Redes sociales, plataformas de venta, vallas, mupis, pantallas, incluso si se usarán solo en El Salvador o en otros países.
- 3) **Complejidad:** Estos proyectos involucran a varias personas como: casting, productora de campo, asistentes, modelos, chef, directora de arte y fotógrafa, etc.
- 4) **Ubicación:** se toman en cuenta los gastos de movilización, si es dentro o fuera de San Salvador, incluso fuera del país.
- 5) **Cantidad de fotos:** Hay ocasiones en las que se cobra por cantidad de fotos o por día de producción, pues no es lo mismo hacer 5 que 50 artes finales.
- 6) **¡A cotizar!**
 - Dirección de arte

La dirección de arte para la fotografía se encarga de la apariencia visual de la escena, que siempre debe comunicar efectivamente un mensaje. Así, el director/a de arte, tiene que elegir los elementos visuales adecuados, desde los utensilios o herramientas que aparecerán en el

encuadre, fabricar o comparar todo lo necesario, la paleta de color a usar acorde al tema central.

Este es un servicio que se ha añadido recientemente y va dirigido a cualquier fotógrafo, agencia o productora que necesite apoyo en su proyecto visual de producto y alimento, por lo que, se requiere evaluar algunos aspectos antes de brindar un precio:

- 1) **Complejidad:** Cada proyecto y concepto es diferentes, hay ocasiones en que se fabrica la utilería desde 0 y otras en que solo se compra y se llevan a la sesión de fotos.
- 2) **Por días de producción:** pueden variar de 1 hasta 5 días de producción.
- 3) **Ubicación:** se toman en cuenta los gastos de movilización, si es dentro o fuera de San Salvador, incluso fuera del país.
- 4) **Tiempo de pago:** Hay empresas que tardan hasta 3 meses en pagar el servicio y otras que lo hacen la misma semana.
- 5) **¡A cotizar!**

OBJETIVOS DE LA MARCA

Objetivo general #1

- Incrementar la compra del servicio un 20 % en la época navideña.

Objetivos específicos

- Difundir contenidos en redes sociales para mejorar nuestra relación con los clientes actuales y los potenciales, para que estos realicen compras en la temporada navideña.
- Crea contenido de valor que le sea de utilidad para el buyer persona de la marca, con el que pueda interactuar, compartir y recomendar a diferentes personas.

KPI's a medir

- Aumento de ventas del servicio en la temporada.
- Mayor registro de personas que llenen el formulario para cotizar el servicio personalizado de fotografía.
- Retención de compradores frecuentes.
- Conversiones a cliente.

Objetivo general #2

- Aumentar la visibilidad de la marca un 10 % en un lapso de 4 meses a través de contenido de valor en redes sociales.

Objetivos específicos

- Publicar de forma semanal basado en contenido de valor e interacción para posicionar aún más la marca personal.
- Brindar presencia de la marca a nivel nacional con contenido que impacte a nivel creativo, tomando en cuenta las tendencias de la imagen.

KPI's a medir

- Crear una comunidad más solida
- Mayores visitas orgánicas al perfil.
- Aumentar 500 followers.
- Aumento de la interacción en RRSS

FODA

Análisis interno	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad, responsabilidad y compromiso en la ejecución de los proyectos. • Actualmente la marca Lidia Servellón, es la única que oferta servicios de dirección de arte y fotografía de producto y alimento, la mayoría solo son fotógrafos. • Actualización en tendencias de la imagen. 	<ul style="list-style-type: none"> • No hay un portafolio tan variado, faltan fotos de artículos como zapatos, carteras, cosméticos, joyería y otros. • El stock de props o utilería ya se ve repetitivo en los proyectos. • No hay una página web, está en proceso, pero se tardará. • Se necesita crear más contenido de valor en las diferentes RRSS • No hay un brandbook de la marca.
Análisis externo	
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Agregar el servicio de stop motion de productos, para dar ideas creativas a los clientes, es preciso mencionar que no hay nadie en el país haciéndolo. • Variar aún más el portafolio y mostrar la capacidad creativa que existe. • Crear una página web donde se entreguen las fotos finales y se le de acceso privado a cada cliente. • Se está trabajando en el brandbook. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada de nuevos competidores con costos menores. • Poco presupuesto por parte de los cliente para mejores fotos • La crisis económica va a afectar a la marca como proveedores, de hecho, los presupuestos para estos proyectos ya están bajando.

Análisis y resultados FODA:

Existe un gran miedo por el aumento en los productos, muchos de los clientes tienen que ver con panadería o pastelería, los precios de la materia prima han aumentado, por lo tanto ellos buscan bajar los costos con proveedores y ya se ha presentado el caso de que se van con alguien que cobra más barato o se los incluyen en un paquete.

Una solución a corto plazo sería ser más flexible con los precios u ofrecer paquetes mensuales de fotos para su uso en redes sociales, pero es algo peligroso porque de pronto se ven las fotos en vallas publicitarias de gran formato, puede haber un abuso de confianza, es una situación delicada a la que ya se ha enfrentado la marca.

Se considera que la marca posee muchas fortalezas y se marca una diferencia en la calidad de trabajo en cuanto a estilo con otros fotógrafos, debido a que hay muy pocos con un nivel avanzado en este tipo de fotografías, de hecho, se podría hacer la semejanza con que estamos navegando en un mar con pocos peces y mucho alimento, sin embargo, la marca no debe confiarse ni estancarse, es necesario ir un paso adelante siempre, trabajar portafolio, crear un sitio web, hacer contenido de valor y estar siempre actualizándose.

A futuro los clientes deben de ver la capacidad de la fundadora como fotógrafa y directora de arte, ya que el propósito de la marca no es ser la que oferta el servicio, tocando de puerta en puerta a las empresas, por el contrario, la proyección de Lidia Servellón es convertirse en referente de su rubro, ser buscada por las marcas que confíen en la capacidad de captar todos los detalles que la marca quiere reflejar a su rubro.

CANALES DIGITALES DE LA MARCA

Instagram

Link directo: https://www.instagram.com/lidia_servellon/

- Ideal para una marca personal y en este caso, toda la marca se compone de imágenes.
- Es muy visual y va acorde con el servicio que se ofrece, es muy popular entre personas creativas y del mundo artístico en general.
- Al ser una red tan visual hay mucho potencial para que marcas contraten servicios de fotografía para provocar y deleitar a un público.
- La usa mucho del público objetivo de la marca como es el caso de jefes de mercadeo, diseñadores, dueños de empresas, emprendedores, community manager, entre otros.

Facebook

Link directo: <https://www.facebook.com/LidiaServellonCortez/>

- Tiene un buen potencial para marcas personales, se puede incrementar visibilidad y tener un engagement elevado.
- Al ser una red social más orientada al ocio o tiempo libre puede funcionar para la marca personal que está más dedicada a la fotografía artística y comercial.
- Facebook es una red que tiene mucho potencial y mucho público objetivo al que llegar y sus métricas son más claras.
- La usa mucho del público objetivo de la marca como es el caso de jefes de mercadeo, diseñadores, dueños de empresas, emprendedores, community manager, entre otros.

Otras redes no seleccionadas por la marca

LinkedIn

Se considera que toda red social lleva su tiempo, si bien es cierto es una red para obtener trabajos y llegar a un público más serio y profesional, sin embargo, no se estima una red muy utilizada o popular en El Salvador. De momento, la marca pretende colaborar con la realización de proyectos nacionales, pero en un futuro cercano desea llegar a clientes

internacionales y hacer proyectos de marcas desde El Salvador y sin duda LinkedIn se convertirá en una pieza clave.

Twitter

El concepto más característico de esta red es que es una red en la que se presentan situaciones políticas, hechos actuales e informativos y es muy popular para medios de comunicación, pero no brinda relevancia a la parte visual o artística de sus usuarios, es por ello que no se seleccionó esta plataforma.

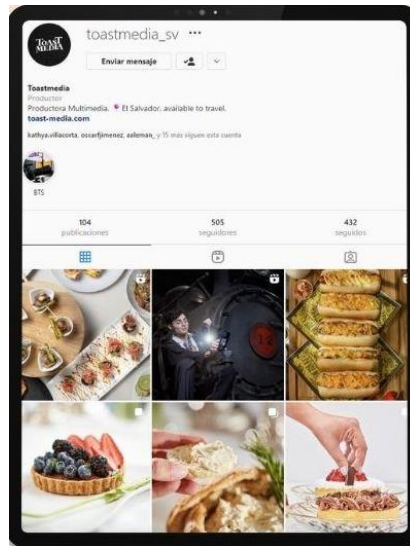
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En el rubro de la fotografía, se cuenta con una contienda muy cerrada, ya que en la mayoría de ocasiones, la marca se encuentra compitiendo contra los mismos profesionales las licitaciones de los clientes, en esta oportunidad, se realiza una evaluación de elementos que las otras marcas están desarrollando, para mejorar la calidad de estrategia, logística y proyección de la marca, innovando, experimentando, promoviendo la sana competencia a través contenido de valor y creatividad por medio de las redes sociales.

Siendo un objetivo de la marca alcanzar una mejor interacción con el público y destacar el servicio ante la elección de la cartera de clientes, por lo que, a continuación, se presenta un cuadro con la información recopilada en el análisis de las redes sociales de la competencia.

Cuadro de datos generales				
Generalidades	Toast Media	Orlando Molina	Abdul Alemán con Tridente Digital	Twice Creative Studio
Rubro	Fotografía y video de producto y alimentos	Fotógrafo y Food Stylist de alimentos	Fotógrafo de alimentos	Fotógrafas de producto y alimento
Redes Sociales	Instagram, tiktok, Facebook	Instagram	Instagram	Instagram y Facebook
Marca personal o empresarial	Empresarial	Personal	Empresarial	Empresarial

Toastmedia de Javier Peñate



Datos de la marca:

- Cantidad de post: 104
- Redes sociales: Instagram, tiktok, facebook.
- Rubro: Fotografía y video de producto y alimentos.
- Seguidores: 505
- Rango de likes: 15-105
- Link directo: https://www.instagram.com/toastmedia_sv/
- Mejores post:



Su post con más alcance es este video comercial que hizo para una de sus marcas, y tienen comentarios de apoyo, se considera que este tipo de post son enriquecedores porque se nota todo el esfuerzo que llevan esas producciones y los excelentes resultados que se pueden obtener en un equipo de trabajo sólido.

Una de las cosas que mejoraría sería incluir un carrusel donde se muestre todo el trabajo que hay detrás, porque solo leer a toda la gente involucrada no es suficiente, se debe mostrar con más fotos y videos para que el público pueda admirar todos los esfuerzos que realizan para alcanzar el resultado.

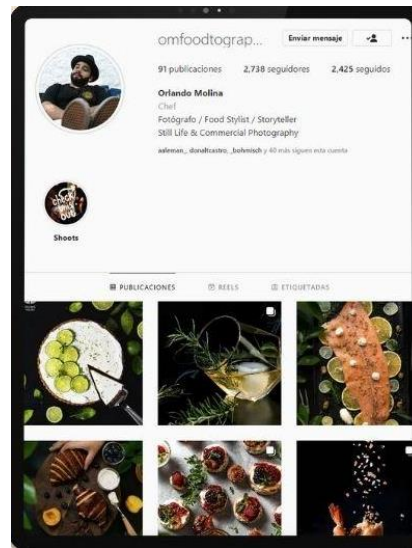
Este es otro post con buen alcance y se ve más completo en el sentido que hizo un carrusel y se publicó un video de todo el detrás de escenas de la sesión de fotos.

Por ello, se analizan los siguientes elementos:

- **Post:**
Los tipos de publicaciones de Toast Media es de portafolio variado, muestra sus detrás de escenas de algunas producciones con clientes, usa los formatos de reels, carruseles o fotos individuales.
- **Feed:**
El perfil es armonioso en cuanto a paleta de color y orden de ellas.
- **Constancia:**
No es constante con las publicaciones, la última fue hace 9 semanas, debido a eso el bajo alcance o los pocos seguidores de la cuenta. El fotógrafo tiene otra cuenta a su nombre donde comparte fotos personales y algunos proyectos, en esa página si tiene más seguidores y es más constante.
- **Diseño:**
El perfil no cuenta con artes gráficas ni nada parecido, pero su página web se ve bien estructurada y entendible.
- **Estilo:**
En cuanto a estilo fotográfico, hay escenas bien iluminadas y armoniosas, pero hay otros portafolios que lo superan en cuanto a foto de alimento.
- **Conclusiones:**
Creo que tenemos un gran problema en cuanto a perfiles de fotógrafos salvadoreños, no se ve contenido de valor más que el de detrás de escenas de los proyectos, no hay contenido que eduque a la audiencia o futuros clientes, ni se aprecia un story telling de quien está tras el lente.
De alguna manera, hacen referencia a cómo eran las redes sociales de la marca antes de contar con alguien que ayudara con eso, muchas veces las personas entran a nuestro perfil y ven fotos bonitas, pero no creen que las hicimos nosotros o que lleva tanto trabajo hacerlas.



Omfoodtography de Orlando Molina

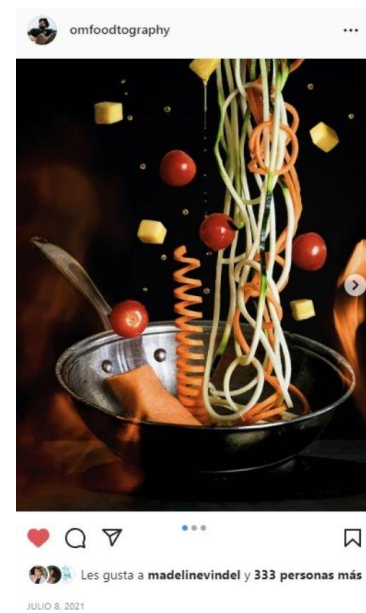


Datos de la marca:

- Cantidad de post: 91
- Redes sociales: Instagram
- Rubro: Fotógrafo y Food Stilist de alimentos
- Seguidores: 2,738
- Rango de likes: 200 – 300
- Link directo: <https://www.instagram.com/omfoodtography/>
- Mejores post:



La mayoría de sus post tiene buen alcance y sus fotos son muy superiores a cualquier fotógrafo, definitivamente tiene una audiencia pendiente de su próximo proyecto y es algo bueno.

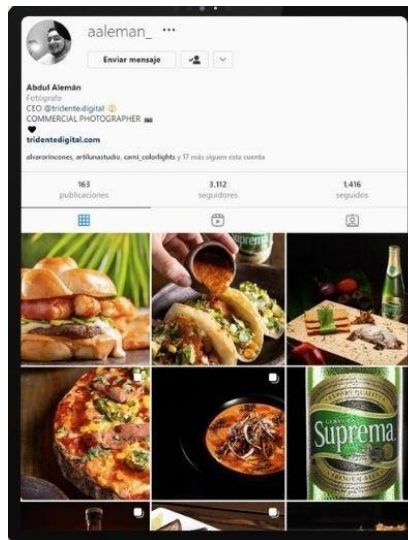


Mi post favorito es este y es uno de los que tienen más alcance, se aprecia que él puede alcanzar un nivel técnico exigente y hace bien al mostrar su detrás de escenas.

Por ello, se analizan los siguientes elementos:

- **Post:**
Los tipos de publicaciones de Orlando Molina es de portafolio Dark food, muestra sus detrás de escenas de algunas producciones con clientes, usa los formatos de reels, carruseles o fotos individuales.
- **Feed:**
El perfil es armonioso en cuanto a paleta de color y orden de ellas.
- **Constancia:**
No es constante con las publicaciones, la última fue hace 17 semanas, a pesar de todo mantiene su alcance, debe de ser por las fotos cautivadoras.
- **Diseño:**
El perfil no cuenta con artes gráficas ni nada parecido y tampoco tiene una página web.
- **Estilo:**
En cuanto a estilo fotográfico, es muy alto su nivel de foto drak food, pero en algún momento hemos licitado proyectos con él y algunos clientes me terminan diciendo que no ven un perfil variado y no creen que pueda hacer fotos con otro concepto.
- **Conclusiones:**
De este perfil resulta bastante agradable su portafolio, pero no es variado y puede confundir a futuros clientes porque creen que no puede hacer otro tipo de fotos con otro concepto.
Otro de los errores que se evidencia es que casi no hay fotos de él a manera de presentarse a su audiencia, muchas de sus historias tratan de sus asuntos personales y no profesionales.
A pesar de que tiene un buen resultado fotográfico no agrega contenido de valor y no usa otros formatos para tener más alcance.

Abdul Alemán con Tridente Digital

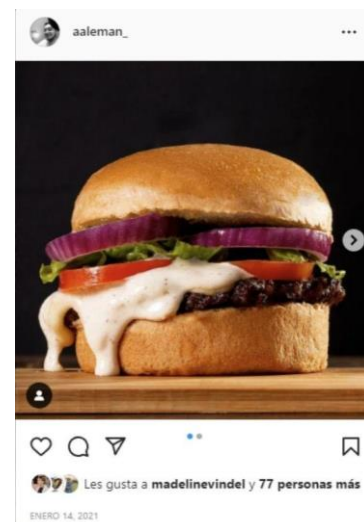


Datos de la marca:

- Cantidad de post: 163
- Redes sociales: Instagram
- Rubro: Fotógrafo de alimentos
- Seguidores: 3,112
- Rango de likes: 25 - 130
- Link directo: <https://www.instagram.com/aaleman/>
- Mejores post:

En cuanto a calidad de post es buena, sus imágenes llaman la atención y se ve un feed ordenado, pero tiene poco alcance, puede ser que sea repetitivo y eso hace que baje de vistas, likes y comentarios.

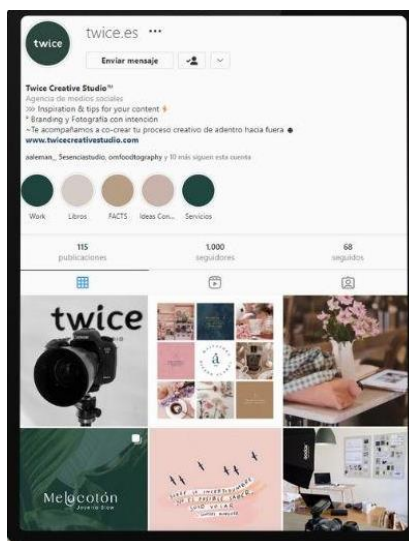
Al igual que los otros fotógrafos no hay contenido de valor y no usa formatos como reels para darle más alcance a su cuenta.



Por ello, se analizan los siguientes elementos:

- **Post:**
Los tipos de publicaciones de Abdul Alemán es de portafolio de alimento variado, casi que nunca muestra detrás de escenas y no hace uso de otros formatos de publicaciones.
- **Feed:**
El perfil es armonioso en cuanto a paleta de color y orden de ellas.
- **Constancia:**
No es constante con las publicaciones, la última fue hace 20 semanas y eso afecta su alcance a la hora de publicar.
- **Diseño:**
El perfil no cuenta con artes gráficas ni nada parecido y la página web enlazada redirecciona a un sitio un poco extraño.
- **Estilo:**
En cuanto a estilo fotográfico es bastante bueno e iluminación es preciosa, me gustaría ver un contenido más variado como zapatos y carteras.
- **Conclusiones:**
Lo principal es que no hay un storytelling de la marca en todo su feed, no veo fotos de él, lo sigo hace tiempo y su contenido en historias solo es cuando está trabajando, o situaciones familiares.
No hay contenido de valor y en formato de reels no ha subido más que un video con su perrito.
Puede que piense que no es competencia, pero la marca ya ha licitado proyectos en los que se ha competido con él.

Twice Creative Studio



Datos de la marca:

- Cantidad de post: 116
- Redes sociales: Instagram y Facebook.
- Rubro: Fotografías de producto y alimento.
- Seguidores: 2,738
- Rango de likes: 200 - 300
- Link directo: <https://www.instagram.com/twice.es/>
- Mejores post:



Se entiende que este es de esos contenidos donde no venden directamente, sino que te inspiran a seguir con tu marca y crecer, para luego cuando tengas una marca solida corras a contratarlas para tus fotos.



Se considera que estos post los deberían de tener todos los perfiles que quieren dejar en claro de que va su cuenta, es una forma de saludar y presentarte ante tu audiencia, incluso es bien visto, como una recomendación dejarlos anclados en el feed.

Por ello, se analizan los siguientes elementos:

- **Post:**
Es un perfil variado, hay contenido de valor, fotos finales, storytelling, reels, carruseles, tiene de todo y cuando lo encontré me gustó mucho.
- **Feed:**
El perfil es armonioso en cuanto a paleta de color y orden de ellas.
- **Constancia:**
Es una cuenta constante en sus post, en historias no mucho, pero sus post se nota el esfuerzo.
- **Diseño:**
Este perfil diría que es de los únicos que incluyen diseños o artes gráficos en su feed, incluso en su página web se ve una coherencia en cuanto a colores y tipografías.
- **Estilo:**
En cuanto a estilo fotográfico me desilusiona un poco, no sé si tendrá que ver con un estilo minimalista, pero siento que a las fotos les falta algo más, al menos es mi primera impresión.
- **Conclusiones:**
Este perfil es de mis favoritos en cuanto a contenido, colores, diseño y portafolio y su orden, siento que entro a su feed y hay mucho que leer y aprender de la marca, me cuenta quiénes son las personas detrás de cámara y las marcas para las que han trabajado.
Pienso que esta marca en cuanto contenido de valor y uso de formatos de redes si es una competencia bastante fuerte, aunque sus fotos finales son más sencillas que la competencia.

Tabla resumen de competencia

Si ● No ●

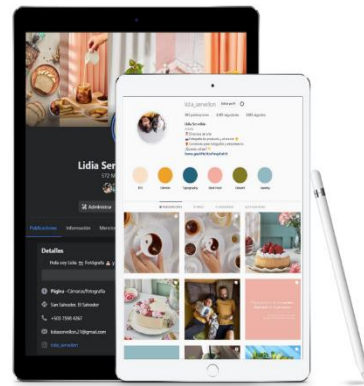
Generalidades	Toast Media	Orlando Molina	Abdul Alemán Tridente Digital	Twice Creative Studio
El nombre es fácil de recordar	●	●	●	●
Sus RRSS tienen toda la información de la marca	●	●	●	●
Tiene página web que muestre portafolio	●	●	●	●
Es fácil de entender sus redes sociales	●	●	●	●
Crean contenido de valor	●	●	●	●
Tienen post con story telling de la marca	●	●	●	●
Muestran su proceso tras bambalinas en formato post o reels	●	●	●	●
Muestran su proceso tras bambalinas en historias	●	●	●	●
Hacen reels o tiktok	●	●	●	●
Usa el formato de historias en Instagram para hacer que la audiencia interactúe	●	●	●	●
Mantienen una cohesión en el feed en cuanto color, orden, etc.	●	●	●	●
Publican con regularidad o Actualizan el contenido en sus RRSS	●	●	●	●
Mantén perfil activo y crea expectativa sobre tus siguientes publicaciones	●	●	●	●
Se entiende en sus RRSS el trabajo que lleva hacer fotos	●	●	●	●
Hay artes o diseño incluido en sus RRSS	●	●	●	●
Hacen transmisiones en vivo	●	●	●	●
Su portafolio en RRSS es variado en estilos y productos o alimentos	●	●	●	●
Se entiende de hay un logo o manual de marca	●	●	●	●

Conclusión del análisis

Se considera que en parte no es justo comparar las redes de la marca con las de ellos, pero hay pocos fotografías de producto y alimento en el país y fue difícil encontrar competencia, de momento hay 5 o 6 fotografías con un nivel de trabajo más profesional, pero la mayoría solo comparte fotos finales y detrás de escenas, nadie se preocupa en educar a su audiencia, mostrar todo su trabajo previo a una sesión, a crear vínculos con otros fotógrafos y ser un referente, a enseñar trucos o tips de foto, incluso a crear contenido de valor para que emprendedores aprendan de nosotros.

Este ejercicio ayuda a la marca a darse cuenta de que hay mucho trabajo por delante, el hecho de contar con un especialista ayuda a mis redes y es por eso que la marca logra posicionarse un pequeño paso delante de la competencia, pero ver las desventajas y ventajas de otros indica con claridad un marco para mejorar más el trabajo que se viene realizando.

También, surge la preocupación por no tener una página web que muestre en orden todo el trabajo, mientras que la competencia lo tiene bien ordenado y se ve profesional, sin duda es algo en lo que la marca debe trabajar en un futuro próximo.



BUYER PERSONA

Se realiza una breve investigación sobre el perfil de nuestro cliente ideal, con el propósito de identificar y conocer sus necesidades y cómo los servicios de la marca pueden ayudarle a obtener los resultados que desea con su empresa.

Para el caso, se toman de referencia los siguientes tipos de clientes:

Tania Mata / jefa de mercadeo

Edad: 30 – 35 años

Estado civil: casada y sin hijos

Profesión: Especialista en mercadología

Ingresos: \$10,000 anuales

Dónde vive: casa propia



Sinopsis: Tania se encarga de tomar acciones para atraer personas y convertirlas en clientes para la empresa de pastelería para la que trabaja, se siente frustrada y estresada porque deben de desarrollar una campaña para navidad, lo que más le preocupa es encontrar un fotógrafo que realice las fotos de la campaña, pues estarán en redes sociales, camiones, tiendas y hasta mupis.

Ambiciones:

- Ampliar su cartera de clientes.
- Ampliar su presencia en redes y aprovechar las nuevas plataformas de comunicación para la empresa.
- Ser la primera opción para el consumidor.
- Elevar el nivel visual de la empresa.
- Que el producto se vea perfecto y delicioso.

Impresiones negativas:

- Tanto dinero por unas fotografías.
- Cotiza con varios fotógrafos y quedarse con el que cobra menos.
- Se frustra si sus planes estratégicos no tienen los resultados esperados.

- El presupuesto no me alcanza.
- ¿Y si contratamos al fotógrafo que hace eventos sociales?

Objetivos y retos

- Elevar la facturación de la empresa para la que trabaja.
- Posicionar a su empresa como la mejor opción o al menos la primera a la hora de consumir.
- Estimular la demanda del producto.
- Aumentar el consumo del producto por parte de los clientes actuales.
- Innovar y diferenciarse de la competencia.

Servicios

- Contratar a un fotógrafo especialista en productos y alimentos para que fotografíe los productos de la empresa para la que trabaja.
- Contratar a una directora de arte para que desarrolle el concepto con base al manual de la marca y usar las tendencias de imagen.
- Contratar a una fotógrafa que cumpla con los requerimientos técnicos para el uso de la foto.

Actividades

- Usa constantemente Instagram, Facebook, Tiktok y motores de búsqueda.
- Usa bastante Pinterest para inspirarse.
- aprende de marketing digital.



Joe Portillo / Dueño de restaurante

Edad: 30 – 40 años

Estado civil: Casado y sin hijos

Profesión: Chef y administrador de empresas

Ingresos: \$60,000 anuales

Dónde vive: casa propia

Sinopsis:

Joe tiene un restaurante, está preocupado porque va a renovar su menú y necesita fotos, ha pensado en ser más competitivo y entrar a plataformas de venta como Hugo o Pedidos Ya para aumentar sus ventas.

Quiere fotos profesionales, mejorar el contenido de la marca, quiere calidad, y va a invertir porque obtendrá mejor visibilidad y podrá diferenciarse.

Ambiciones:

- Ampliar su cartera de clientes con la ayuda de las plataformas de venta y un nuevo menú.
- Ampliar su presencia en redes.
- aprovechar las nuevas plataformas de comunicación para la empresa.
- Ser la primera opción para el consumidor.
- Elevar el nivel visual de la empresa
- Que el producto se vea perfecto y delicioso.
- Que sus platos enamoren a primera vista.

Impresiones negativas:

- El fotógrafo de Hugo me cobra menos y hace más fotos
- Solo son fotos en fondo blanco, y sin fáciles.
- No solo le pago a la fotógrafa, sino que tengo que gastar en el producto que vamos a preparar.
- ¿Tanto se necesita para unas fotos?
- ¿y si me las hace más baratas? le voy a dar más proyectos cuando suban mis ventas.

Objetivos y retos:

- Renovar su menú, no solo es sabor sino visualmente.
- Elevar las ventas de su restaurante.
- Posicionarse en redes sociales, plataformas de venta y ser la primera opción entre el mar de vendedores de alimentos.
- Aumentar el consumo del producto por parte de los clientes actuales.
- Innovar y diferenciarse de la competencia.

Servicios:

- Contratar a una fotógrafa especialista en productos y alimentos.
- Contratar a alguien que tenga experiencia con formatos de imagen para plataformas de venta e impresión de menú.
- Contratar a una directora de arte para que desarrolle el concepto con base al manual de la marca y usar las tendencias de imagen.

Actividades:

- Se actualiza en todo lo que tenga que ver con alimentos y administración de empresas
- Le gusta usar bastante redes sociales como Facebook, Instagram, Tiktok, y plataformas de búsqueda.



Fernando Silva / fotógrafo

Edad: 30 – 35 años

Estado civil: Soltero

Profesión: Fotógrafo

Ingresos: \$36,000 anuales

Dónde vive: casa propia

Sinopsis:

Fernando es un fotógrafo que se encarga de hacer fotografías con su productora para varias marcas del país, se siente frustrado porque tiene un cliente nuevo que desea fotografiar sus productos de una forma particular, tiene el equipo técnico y sus asistentes, pueden hacer retratos, pero nunca se han enfrentado a un proyecto de productos, entonces necesitan contratar a una directora de arte para que arme los set y ellos lo fotografíen.

Ambiciones:

- Ampliar su cartera de clientes.
- Ser la primera opción para las empresas que necesitan fotografías.
- Elevar el nivel el portafolio de la productora.
- Verse competentes y creativos para las empresas con las que desean trabajar.

Impresiones negativas:

- El presupuesto no es suficiente para asumir todos los gastos de la producción.
- Tanto dinero para contratar a una directora de arte.
- Puedo poner a mi amiga o amigo a que haga esto, puede funcionar.
- Conozco a una directora de arte pero para retratos y cobra más barato.

Objetivos y retos:

- Apuntar a un mercado de alimentos y productos con fotos still life.
- Elevar la facturación de la productora.
- Variar aún más su portafolio para apuntar a nuevos clientes y mantener los existentes.
- Posicionar a la productora como la mejor opción ante la competencia.

Servicios:

- Contratar a una directora de arte para que desarrolle el concepto con base al manual de la marca y usar las tendencias de imagen.
- Contratar a una directora de arte para que reúna toda la utilería requerida para las fotos.
- Contratar a personas para que pinten, corten y creen la utilería que se necesitará.

Actividades:

- Usa constantemente Instagram y sigue a fotógrafos, directoras de arte, agencias, productoras y modelos.
- Usa plataformas como Facebook, Tiktok y motores de búsqueda.
- Usa bastante Pinterest para inspirarse.
- Aprende sobre fotografía y marketing.

LÍNEAS DE CONTENIDO

<p>Contenido #1:</p> <p><u>Contenido de valor para emprendedores o fotógrafos freelance.</u></p> <p>Contenido de valor que acompañe en el proceso a emprendedores, microempresas, personal de mercadeo de una marca y fotógrafos, la idea de estos contenido es que si ellos de momento no cuentan con un presupuesto para un profesional puedan aprender y tomarme como referencia, es contenido para clientes potenciales a corto o largo plazo, los consejos son prácticos y útiles, además esto demuestra autoridad y conocimiento del tema de mi parte.</p>				
Subtema #1	Subtema #2	Subtema #3	Subtema #4	Subtema #5
3 ángulos principales para fotografías de alimentos	Trucos y consejos para dominar la luz natural y tomar fotos increíbles	Básicos para fotografía y food styling	La importancia de la edición en la fotografía	La psicología del color en tus fotografías de producto
<p>Contenido #2:</p> <p><u>Contenido referente a la experiencia de emprender.</u></p> <p>Contenido de valor para emprendedores, microempresarios y freelance. Sucede que muchas veces los emprendedores o freelance nos sentimos estresados por todo el proceso, valor de nuestro trabajo y otros por menores, este tipo de contenido nos hace sentir acompañados en el proceso, esto puede ayudar en el futuro y me tendrán en mente para proyectos, debido a que mantengo una conexión con la audiencia.</p>				
Subtema #1	Subtema #2	Subtema #3	Subtema #4	
3 errores que me hubiera gustado evitar cuando comencé a emprender	¿Cómo decir NO de manera profesional?	Con este cliente no vuelvo a trabajar.	Cuanto cobras	
<p>Contenido #3:</p> <p><u>Contenido de orientación para los clientes.</u></p> <p>Contenido de valor que sirva para orientar a los clientes actuales o potenciales para que entiendan el proceso de producción, lo que se requiere, lo que necesitan para su marca y las posibilidades creativas que se pueden alcanzar.</p>				
Subtema #1	Subtema #2	Subtema #3	Subtema #4	Subtema #5
qué tipo de fotos no le	proceso creativo de los proyectos.	desarrollo de moodboard de una marca	día de fabricación de utileria para	día de compras para producción fotografica

pueden faltar a tu producto.			una sesión de fotos	
<p>Contenido #4:</p> <p><u>Portafolio</u></p> <p>Contenido de venta, o bien para mostrar resultados finales con marcas reales y que que se animen a comprar.</p>				
Subtema #1	Subtema #2	Subtema #3	Subtema #4	Subtema #5
fotos finales con clientes	detrás de escena	fotos ya montadas en diferentes plataformas	Uso adecuado de las fotografías luego de la entrega de los artes finales	Transformación de marcas con mis fotos
<p>Contenido #5:</p> <p><u>Contenido Vinculante o Emocionante en Redes Sociales.</u></p> <p>Este tipo de contenido siempre me ha funcionado porque ven la marca más humana o sensible ante las circunstancias, de vez en cuando me encuentro con un cliente que sabe detalles de mi porque ha visto una foto o una frase que lo ha identificado.</p>				
Subtema #1	Subtema #2		Subtema #3	Subtema #4
Detrás de un lente empañado hay un corazón agitado.	Si quieres magia en tu vida sé magia en la vida de los demás.		mi primera vez lo hice con miedo	fotos de vacaciones, experiencias creativas, mirada del artista, sensibilidad.

KPI's a medir

Objetivo #1		
Objetivo General	Objetivos específicos	KPI's
Incrementar la compra del servicio un 20 % en la época navideña.	Difundir contenidos en redes sociales para mejorar nuestra relación con los clientes actuales y los potenciales, para que estos realicen compras en la temporada navideña.	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de ventas del servicio en la temporada. • Mayor registro de personas que llenen el formulario para cotizar el servicio personalizado de fotografía. • Retención de compradores frecuentes. • Conversiones a cliente.
	Crea contenido de valor que le sea de utilidad para el buyer persona de la marca, con el que pueda interactuar, compartir y recomendar a diferentes personas.	
Objetivo #2		
Objetivo General	Objetivos específicos	KPI's
Aumentar la visibilidad de la marca un 10 % en un lapso de 4 meses a través de contenido de valor en redes sociales.	Publicar de forma semanal basado en contenido de valor e interacción para posicionar aún más la marca personal.	<ul style="list-style-type: none"> • Crear una comunidad más sólida • Mayores visitas orgánicas al perfil. • Aumentar 500 followers. • Aumento de la interacción en RRSS
	Brindar presencia de la marca a nivel nacional con contenido que impacte a nivel creativo, tomando en cuenta las tendencias de la imagen.	

CALENDARIO DE CONTENIDO

Para la correcta aplicación de esta estrategia, se elabora el calendario de contenido programado para un periodo de 15 días, iniciando el 12 y finalizando el 26 de septiembre de 2022, para ser publicado en las redes Instagram y Facebook, que será periódicamente evaluado en rendimiento y alcance.

Palabras claves utilizadas para favorecer los motores de búsqueda, también conocidas como keywords:

#fotodeproducto

#aprendefoto

#reelsfoto

#emprendedorsv

#elsalvador

#marcassalvadoreñas

#mercadeosv

#foodphotography

#propsphotography

#foodstyling

#artdirection

#sivargram

Tipo de contenido	Cantidad de post	Color designado
Contenido de valor	10	
Contenido de interacción	3	
Contenido de venta	2	
Total de publicaciones	15	




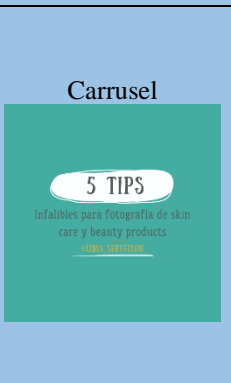
Calendario de contenido para Instagram

(Del 12 al 26 de septiembre)

Fecha/ Horario	Tipo de contenido	Pilar de contenido	Link	Copy	Formato
Lunes 8:00 a.m.	C. valor	Interacción	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1tcKsB4XhhIoU_OZf3AHJleIoyVDvnNpI	¿Qué ángulos de foto crees que son fundamentales en foto de alimentos?	Historia con caja para hacer comentarios.
Martes 8:00 a.m.	C. valor	Educación	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1GhX34D_QC0UwbioughCXIxA6EQZwoFGB	Si te dedicas a la comida (dulce o salada) o te interesa el #FoodStyling este post es para ti ♥️. Hoy te comparto los 3 ángulos principales para fotografía de alimentos 🍌🍷🍔🍰🍰 Te cuento cómo y para qué usar cada uno. ¿Los conocías? Guárdalo y compártelo ♥️ #fotodeproducto #aprendefoto #reelsfoto #emprendedorsv #elsalvador #marcassalvadoreñas #elsalvador #mercadeosv	Reel 
Miércoles 3:00 p.m	Portafolio	Venta	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1iXMHilAe1bnYeRA9iuv0bMPCoGhjiv	¿Quieres fotos de navidad, pero no sabes qué concepto hacer? 📷 No te preocupes, nuestro trabajo es darte una mano 🙌 en la dirección de arte para tu marca. Siempre estamos dispuestas a conseguirte una idea, aunque no sepas por dónde empezar, eso es parte de nuestros retos creativos de cada día. ¿Conoces a alguien que necesita ayuda? 🙋 #fotodeproducto #navidad2022 #aprendefoto #reelsfoto #emprendedorsv #elsalvador #marcassalvadoreñas #elsalvador #mercadeosv	Post – foto final 
Jueves 8:00 a.m.	C. valor	Educación	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1CQEY4OdR6u262DMFA8yDVdYdBku52Gps	3 errores que me hubiera gustado evitar cuando comencé a emprender. Les comparto estas experiencias que en algún momento habré leído algo similar de tips de emprendedores, pero por andar queriendo conquistar al mundo no me concentré y a mi modo me tocó aprenderla a la fuerza. Espero que sea de ayuda para algún emprendedor que también esté buscando el orden en sus días y si	Carrusel 

				<p>quieren también me pueden compartir 🙌 algunos consejos, porque siempre hay donde seguir creciendo y mejorando.</p> <p>#fotodeproducto #aprendefoto #reelsfoto</p>	
Viernes 11:30 a.m.	C. valor	Interacción	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1-LtjOd-qC9oYMXLz0XfJRh3afL3g7x-	<p>¿Cómo le decimos que no a un cliente? Responde a estas preguntas</p>	<p>Historias con caja para hacer comentarios</p> 
Sábado 8:00 a.m.	C. valor	Educación	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1ht5Cy4Ni44E8_gX3-xsPrxWojX5N6qIQ	<p>Negociar es un arte, hay personas que se les da con facilidad y a otras no tanto.</p> <p>Encontré estas preguntas bastante parecidas a la realidad de mi negocio, que sucede con frecuencia y aunque las partes sean buenas personas hay que protegerse con un contrato, tener paciencia y sobre todo ser claro con el servicio que se está ofreciendo.</p> <p>Lo que me funciona a mí, es hacer preguntas sobre el proyecto para comprender las expectativas del cliente y presentar una oferta económica realizable.</p> <p>Espero que estas respuestas sean de su ayuda, para que una negociación no se caiga, siendo respetuosos y mostrando buena disposición.</p> <p>#aprendefoto #emprendedorsv #elsalvador #marcassalvadoreñas</p>	<p>Carrusel</p> 
Domingo 3:00 p.m.	Portafolio	Venta	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1iXMHILAe1bnYeRA9iuv0bMPCoGhjiv	<p>¿Necesitas fotos para tu tienda por departamento? 📷</p> <p>Te podemos cubrir en eso 🙌 y ayudar a que destagues tus “best deals” de la temporada ✨</p> <p>Aquí te muestro algunos trabajos realizados para @latecleña ❤️</p> <p>#fotodeproducto #emprendedorsv #elsalvador #marcassalvadoreñas #elsalvador #mercadeosv</p>	<p>Post – foto final</p> 
Lunes 8:00 a.m.	C. valor	Educación	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/10f98LNZ17Mzf6lsBEkAGxGsInwPh2-VK	<p>La fotografía de producto es clave para transmitir todas las características y detalles que hacen especial a tu producto. ✨ Por eso te comparto cuáles son los tipos de fotografías que no le pueden faltar a tu emprendimiento y más en esta época</p>	<p>Carrusel</p> 


				de navidad que está a la vuelta de la esquina. 📷 🤖 ¡Guárdalo y compártelo con tus amig@s emprendedores! #fotodeproducto #emprendedorsv #aprendefoto	
Martes 11:30 a.m.	C. valor	Educación	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1-OoseVIo3-tT8KsrjMGwFbezmcvltiFu	¿Sabías que cada color provoca una emoción y transmite un mensaje diferente?... 🧡 *Los colores claros equilibran y estabilizan, se asocian con el balance. Transmite elegancia y formalidad. Genera calma y relajación. Su tono neutro lo hace ideal para que una pieza o artículo resalte. *El negro es símbolo de misterio y poder. Es elegante y sofisticado, atractivo y exquisito. En publicidad es utilizado por algunas marcas de alta gama por su sobriedad. También representa la seriedad, la formalidad y la fuerza. Es el color de la sensualidad. ¿Estás usando los colores correctos para tu producto o marca? Cuéntanos aquí. #fotodeproducto #aprendefoto #reelsfoto	Reels 
Miércoles 8:00 a.m.	C. valor	Inspiracional	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/131UMLVSpUnY9uJadgce5WMxM7fBh7bfp	El arte de la magia es el proceso, esto fue una dura verdad de mi aprendizaje, como cuando a un niño le dicen la “versión adulta” de Santa Claus. La magia no es una ilusión, ni un secreto, es un proceso bien estructurado, definido, trabajado con mucha dedicación que es casi imperceptible. Hacer magia requiere energía infinita, aumenta y se reduce dependiendo de la disposición, amor y entrega; y trabajarla para otros conlleva una ley de atracción traducida en equilibrio y compensación. #fotodeproducto #emprendedorsv #aprendefoto	Post – frase 
Jueves 11:45 a.m.	C. valor	Interacción	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1-OxoLgkVwdSeniqKSCWYILR4_7vOeOLv	Consejos para dominar la luz natural	Historias con caja para hacer comentarios 
Viernes 8:00 p.m.	C.valor	Educación	https://drive.google.com/drive/	Trucos y consejos para dominar la luz natural, y tomar fotos increíbles. 🧡	Carrusel

			u/0/folders/15ha_cRAjIAF9cwUYjJbx9h81QdkpzqK	Te dejo algunos tips y ejemplos. Guárdalo y compártelos. ❤️ #fotodeproducto #emprendedorsv #aprendefoto	
Sábado 8:00 a.m.	C. valor	Inspiracional	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1APK5GUKVbCYkHeaYamm_tZCnnhTfcNrr	Por el ritmo acelerado, por cumplir cada expectativa, por hundirme en la cotidianidad tanto que en ocasiones se olvida que lo que importa es lo que hacemos con las circunstancias que nos dieron. Los obstáculos son caminos, propósitos, proyectos y a veces nos hacen caminar más lento, o nos da esa sensación que hemos escogido un camino equivocado sin retorno, cuando en realidad la vida siempre es generosa y nos da una dirección hacia un camino más GRANDE. De vez en cuando sólo se necesita un trapito para dar paso a la claridad y observar con calma. #fotodeproducto #aprendefoto #reelsfoto	
Domingo 11:45 a.m.	C. valor	Educación	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1V95TepfkvmK5Wj6ySe3h2n6wq4r74SQZ	Para todos l@s chefs y los que se dedican a la #REPOSTERÍA hoy hemos preparado este post especialmente para ustedes. ❤️ ¿Cómo tomarle una foto linda a ese pastel que tardaste HORAS haciendo? Aquí te dejamos algunas ideas y tips para que los consideres para tus próximas fotos. 🙌👉 Esperamos que les guste. Guárdalo y compártelo. Etiqueta a tu amig@ que hace pasteles. 🙌 #fotodeproducto #aprendefoto #emprendedorsv	
Lunes 8:00 a.m.	C. valor	Educación	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1tfwuo_JSk-TWEOTFME7ACVFktWxf3A1	Hoy te dejo 5 tips infalibles de fotografía para productos de #skincare y #beauty. ❤️ He trabajado con mucho tiempo con la marca @cyclaxsvy hoy quiero compartirte mis Top 5 secretos para que sus fotos siempre queden increíbles. Swipe para leer y ver los ejemplos. 🙌 Guárdalo y compártelo. #fotodeproducto #aprendefoto #marcassalvadoreñas #mercadeosv	

Calendario de contenido para Facebook

(Del 12 al 26 de septiembre)

Fecha/ Horario	Tipo de contenido	Pilar de contenido	Link	Copy	Formato
Lunes 3:00 p.m.	Portafolio	Venta	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1-ZjB1G2zEdV2VIIIf0IoJGyyWxCXCwth	<p>Con estas exquisiteces frente a mis ojos y con la belleza de este arte entre el dibujo y pintura convertido en una delicia para hacer a los amantes del chocolate, esta producción me dejó un buen sabor del trabajo realizado.</p> <p>La dirección de arte de esta producción fue apegada a la madurez de la @lateclenasv, dando relevancia al uso o utilidad del producto, pero más importancia al contexto y a la competitividad de la temporada; y claro entre sus requerimientos una fotografía que pudiera utilizarse en diferentes plataformas.</p> <p>Cuando vi las fotografías hechas gigantografías para vitrinas, vehículos y otros formatos, los sentimientos se me desbordaron, se siente tan bonito ver el trabajo a esta escala.</p> <p>Entre las visitas post producción tengo que decir que viví la experiencia de la marca. Me siento super feliz de haber formado parte de este proyecto y de todas las personas que fueron parte.</p> <p>#marcassalvadoreñas #mesdelchocolate #fotodeproducto #emprendedoresv #elsalvador</p>	<p>Carrusel</p> 
Martes 8:00 a.m.	C. valor	Inspiración	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1DXzBz37m7IDDalDUBY1960cia6Nb4jXv	<p>Sabemos que el miedo nos paraliza y, muchas veces, la primera vez se viste de todas nuestras inseguridades, pero atreverse y dar ese paso es luchar con uno mismo. No suele ser fácil pero una vez que se hace, el miedo poco a poco empieza a desaparecer, nos sentimos mejor porque nos atrevimos, porque lo hicimos, no solo porque ya paso sino porque de alguna manera lo vencimos con el conocimiento aprendido.</p> <p>Hoy miro hacia atrás y veo toda la evolución que tengo desde que comencé y más allá del camino recorrido o el éxito que haya ganado en cada paso, veo que hay una Lidia más segura, que conoce que quiere hacer, que ha caído mil veces y no se ha dado por vencida, pero sobre todo una Lidia que va moldeando su</p>	<p>Carrusel</p> 

				<p>propósito más que sus ganas de hacer y crear. 📷</p> <p>📷 Abrazo a mi Lidia de cada primera vez, le doy gracias por dejarse moldear, por intentarlo siempre y por llorar, porque sin esa sensibilidad no fuera tan valiente y hoy no viviríamos de la fotografía. Aunque no pueda asegurarle un futuro en esta profesión puedo asegurarle que no me daré por vencida. 📷</p> <p>📷 Al que me lee gracias por acompañarme, porque, aunque este no es mi primer post cada uno se siente como si lo fuera. 📷</p> <p>📷 Gracias por estar aquí ❤️ .📷</p>	
Miércoles 6:00 p.m.	C. valor	Educación	<p>https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1TRfdgT6GcflngLKL3iwt13f64GX97E0c</p>	<p>La importancia de la EDICIÓN 📷✂️</p> <p>Hoy te muestro 4 ejemplos de before y after edición para que veas la GRAN DIFERENCIA que hace en el resultado final. En estos ejemplos ajuste elementos como exposición, saturación o intensidad de colores, balance de blancos, sombras y contrastes etc.</p> <p>Al final te comparto 4 de las apps más populares para edición de foto. Personalmente mi favorita y la que yo uso es Lightroom... PEROOOO es cuestión de que pruebes diferentes y veas cuál te gusta más 🤍</p> <p>Cuéntame... ¿cuál es tu favorita?</p> <p>Guárdalo y compártelo 🙌</p> <p>#fotodeproducto #aprendefoto #emprededorsv #elsalvador</p>	<p>Carrusel</p>  <p>LA IMPORTANCIA DE LA EDICIÓN EN LA FOTOGRAFÍA + APPS GRATUITAS PARA LOGRARLO</p>
Jueves 9:00 a.m.	C. valor	Interacción	<p>https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1-gZW9xT8ObLbkeTau1kkQNGLPonjFB9n</p>	<p>¿Crees que el color afecta las emociones en una fotografía?</p>	<p>Historias con caja para hacer comentarios</p>  <p>¿Crees que el color afecta las emociones en una fotografía?</p> <p>SÍ NO</p>
Viernes 8:00 a.m.	C. valor	Educación	<p>https://drive.google.com/drive/u/0/folders/16Bakg8bqFg-HgQ1OniFxBQoEE3P18st3</p>	<p>¿Sabías que... cada color provoca una emoción y transmite un mensaje diferente...? 🧠</p> <p>Los colores claros equilibran y estabilizan, se asocian con el balance. Transmite elegancia y formalidad. Genera calma y relajación. Su tono neutro lo hace ideal para que una pieza o artículo resalte.</p>	<p>Carrusel</p>  <p>La importancia del color en tus FOTOGRAFÍAS DEL PRODUCTO</p>

				<p>El negro es símbolo de misterio y poder. Es elegante y sofisticado, atractivo y exquisito. En publicidad es utilizado por algunas marcas de alta gama, por su sobriedad. También representa la seriedad, la formalidad y la fuerza. Es el color de la sensualidad. ¿Estás usando los colores correctos para tu producto o marca? Cuéntanos aquí 🙋</p> <p>#fotodeproducto #aprendefoto #emprendedorsv #elsalvador #marcassalvadoreñas #elsalvador #me rcaeosv</p>	
Sábado 8:00 a.m.	C. valor	Educación	<p>https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1nMxeYOv5yZOR5YbrSPe28zw3Fjsb8QXy</p>	<p>Hoy te comparto estos básicos de fotografía y #foodstyling para esta temporada navideña que está a la vuelta de la esquina ✨</p> <p>5 tips infalibles que seguro harán tus fotografías de alimentos más bonitas y fáciles de lograr ✨</p> <p>¿Cuáles otros agregarías? 👁️👁️👁️📷</p> <p>Guárdalo y compártelo ❤️</p> <p>#fotodeproducto #aprendefoto #navidad2022 #navidademprendedor #emprendedorsv #elsalvador</p>	<p>Carrusel</p> 
Domingo 11:45 a.m.	Portafolio	Interacción	<p>https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1dhvI8vw8GAHueSzWslbmn--Mu2acXdY</p>	<p>¡DEFINE TU CONTENIDO POR TEMPORADA!</p> <p>Para crear contenido a nuestros clientes, pensamos en momentos claves de la marca.</p> <p>Por ejemplo: estaciones del mes, alguna festividad, fecha importante o colección, y de acuerdo con ellas, ideamos conceptos relacionados 🗨️</p> <p>Para esta oportunidad con @pansinai la navidad fue nuestra guía para meternos en el “espíritu navideño”</p> <p>¿Ya te estas preparando para la temporada navideña con tu marca? Cuéntanos para darte algunas ideas.</p> <p>#fotodeproducto #navidad2022 #navidadelsalvador #emprendedorsv #elsalvador</p>	<p>Post – foto final</p> 
Lunes 8:00 a.m.	C. valor	Educación	<p>https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1z1OTceEumkUS82jvyYz5HDjoIWneiwbN</p>	<p>La fotografía de producto es clave para transmitir todas las características y detalles que hacen especial a tu producto ✨</p> <p>Por eso te comparto cuáles son los tipos de fotografía que no le pueden faltar a tu emprendimiento y aún más en la época navideña que se aproxima 📷👏</p> <p>¡Guárdalo y compártelo con todos tus amigos emprendedores!</p>	<p>Carrusel</p> <p>Tipos de foto que no le pueden faltar a tu</p> <p>PRODUCTO</p> <p>con @mira.servellon</p> 

				#fotodeproducto #aprendefoto #navidadsv #navidad2022 #emprendedorsv #elsalvador	
Martes 8:00 a.m.	C. valor	Educación	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1H62L7kAqTm-uSMjmEH7tzvNRSPv3qqO	PROP HUNTING? 🧐 ¿Qué son los #PROPS? Props son todos aquellos accesorios que se utilizan en una sesión fotográfica para dar contexto o para reforzar el concepto de las fotos. De alguna forma es el equivalente a la utilería que se utiliza en el cine, la televisión o en el teatro. Si estás pensando en invertir en props para #FOODSTYLING aquí te dejamos algunos consejos que debes saber antes de elegirlos 😊 Guárdalo y compártelo ❤️ #foodphotography #propsphotography #fotodeproducto #aprendefoto #navidadsv #navidad2022 #emprendedorsv #elsalvador	Carrusel 
Miércoles 3:00 p.m.	Portafolio	Venta	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1pgvyMZV_hLYMs2a6xh5lefDfhaSpX9NM	¡Ahora más que nunca seguimos trabajando para ayudarte a elevar tu identidad visual! 🧐 Cuéntanos un poco sobre ti, ¿cuáles palabras identifican tu marca, ¿cuáles son tu misión y visión?, así creamos un perfil especial para los servicios que necesites. ¿Quieres charlar? Haz clic en el link de nuestro perfil, completa el formulario y agendamos una llamada... ¡Esperando trabajar contigo! #foodphotography #propsphotography #fotodeproducto #aprendefoto #navidadsv #navidad2022 #emprendedorsv #elsalvador	Post -foto final 
Jueves 11:45 a.m.	C. valor	Interacción	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1-OxoLgkVwdSeniqKSCWYILR4_7vOeOLv	Consejos para dominar la luz natural	Historias con cajas para hacer comentarios 
Viernes 8:00 p.m.	C. valor	Educación	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/15_ha_cRAjIAF9c_wUYjJbx9h81QdkpzqK	Trucos y consejos para dominar la LUZ NATURAL y tomar fotos increíbles 🥰 Te dejo algunos tips y ejemplos. Guárdalo y compártelo ❤️ #fotodeproducto #aprendefoto #reelsfoto #emprendedorsv #elsalvador	Carrusel 

				#marcassalvadoreñas #elsalvador #me rcadeosv	
Sábado 8:00 a.m.	C. valor	Educación	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1fwuoJSk-TWEOTFME7ACVFkTwx3A1	Hoy te dejo 5 tips infalibles de fotografía para productos de #beauty y #skincare ❤️ He trabajado por mucho tiempo con la marca @cyclaxsv y hoy quiero compartirte mis Top 5 secretos para que sus fotos siempre queden increíbles. Swipe para leer y ver los ejemplos 📱 Guárdalo y compártelo 📷 #fotodeproducto #aprendefoto #reelsfoto #emprendedorsv #elsalvador #marcassalvadoreñas #elsalvador #me rcadeosv	Carrusel 
Domingo 8:00 a.m.	C. valor	Inspiración	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1APK5GUKVbCYkHeaYamm tZCnnhTfcNrr	Por el ritmo, por acelerada, por cumplir cada expectativa, por hundirme en la cotidianidad tanto que en ocasiones se olvida que lo que importa es lo que hacemos con las circunstancias que nos dieron. Los obstáculos son caminos, propósitos, proyectos y a veces nos hacen caminar más lento o nos da esa sensación que hemos escogido un camino equivocado sin retorno, cuando en realidad la vida siempre es generosa y nos da una dirección hacia un camino más GRANDE. De vez en cuando solo se necesita un trapito para dar paso a la claridad y observar en calma #fotodeproducto #aprendefoto #reelsfoto #emprendedorsv #elsalvador #marcassalvadoreñas #elsalvador #me rcadeosv	Post 
Lunes 8:00 a.m.	Portafolio	Venta	https://drive.google.com/drive/u/0/folders/11O0BTjJlzf2w4Bv9qjYzAGDDyF83Hjb4	En navidad tus fotos pueden ser tan mágicas como el sentimiento 🎄 📷 . La Navidad ya está a la vuelta de la esquina, cada año parece llegar antes, y este año algunas tiendas sacaron su decoración navideña incluso antes de celebrar Halloween. Yo también saque mi copita, para brindar por lo que más me gusta, por este año duro que nos ha tocado y porque ya casi finaliza. Es una época llena de emociones y al mismo tiempo la más importante para comunicar mensajes, valores, mostrar tu personalidad y la historia detrás de tu emprendimiento. Aunque la celebración es una constante en cada año, es importante recordar que se	Post – foto final 

				<p>trata de hacer cada Navidad diferente. Entonces, ¿Cómo te estás preparando para Navidad? Si necesitas ayuda en tu campaña navideña escríbeme y metámosle a tu proyecto o puedes compartirlo con un amigo que crees que le puede interesar.</p> <p>Aún hay tiempo para salir con tu campaña navideña, si reservas tu sesión antes del 20 de noviembre obtienes un 20 % de descuento en el proyecto.</p> <p>¡Que no se pierda la ilusión de la Navidad!</p> <p>#navidad #sesionnavidena #foodphotography #fotografiadeproducto #foodstyling #foodporn #artdirection #christmas #xmas #feliznavidad #diciembre #photo #sivargram</p>	
--	--	--	--	---	--

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bosco, U. D. (2015, 12 marzo). *Proyecto multimedia sobre tendencias de la fotografía publicitaria en El Salvador aplicadas al Diseño Gráfico*. <http://redicces.org.sv/jspui/handle/10972/1902>
- Torres, A. (2022, 12 abril). 5 tipos de fotografía publicitaria que debes conocer. *ESDESIGN*. <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/fotografia/tipos-de-fotografia-publicitaria>
- Fotonautas, L. (2023, 3 febrero). Guía de Fotografía Publicitaria: Todo lo que Necesitas Saber en 2023 | Los Fotonautas. *Los Fotonautas*. <https://losfotonautas.com/guias-completas/fotografia-publicitaria/>
- Pérez, M. (2023). Iluminación en Fotografía: La Mega-guía más Completa. *Blog del Fotógrafo*. <https://www.blogdelfotografo.com/iluminacion-en-fotografia/>
- Nates, Ó. C. (2019, 17 agosto). *Elementos del lenguaje fotográfico*. Oscar en Fotos. <https://oscarenfotos.com/2014/05/03/elementos-del-lenguaje-fotografico/>
- ParqueGrande. (2019, 29 marzo). *5 Técnicas De Negociación Con Clientes | Parque Grande*. <https://www.cnparquegrande.es/blog/5-tecnicas-de-negociacion-con-clientes.html>
- Quintal, P. (2022, 17 noviembre). Poder de negociación de los clientes: qué es y cómo funciona. *Blog del E-commerce*. <https://www.tiendanube.com/blog/mx/poder-de-negociacion-de-los-clientes/>
- García, M. (2022, 31 agosto). ¿Qué es la Marca Personal y cómo crearla? Ejemplos + Guía completa. *José Facchin*. <https://josefacchin.com/crear-marca-personal/>