

**Universidad de El Salvador**  
**Facultad De Ciencia y Humanidades**  
**Departamento de Periodismo**



**TÍTULO:**

***Estrategia de Marketing Digital para la Marca “Ge Palacios”***

**PRESENTADO POR:**

**GABRIELA EUNICE PALACIOS HERNÁNDEZ**

**Carné: PH15030**

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

**Docente del Curso: Licda. Silvia María Estrada López**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA,  
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, 12 DE  
SEPTIEMBRE DEL 2022**

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS

**RECTOR**

PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

INGENIERO FRANCISCO ALARCON SANDOVAL

**SECRETARIO GENERAL**

LICENCIADO RAFAEL HUMBERTO PEÑA LARÍN

**FISCAL GENERAL**

LICENCIADO LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE

**DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

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

MAESTRO ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

**DECANO**

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

**VICEDECANA**

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**SECRETARIO DE LA FACULTAD**

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

MAESTRO CARLOS ERNESTO DERAS

**JEFE DE DEPARTAMENTO**

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO  
**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

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

## AGRADECIMIENTOS

Principalmente quiero darle gracias a Dios porque hace unos 10 años nunca hubiera imaginado culminar un título de estudios superiores, no obstante, él me iluminó desde el inicio hasta el final el camino, puso en mí su gracia, sabiduría y fuerzas para no rendirme. Dios, también preparó y puso en el recorrido a personas que de alguna u otra forma contribuyeron en mi desarrollo como estudiante.

En segundo lugar, agradezco a mi madre, Elizabeth Galán, porque jamás dejó de creer en mí, a pesar de que algunas veces los resultados no fueron los esperados, siempre me apoyó desde lo más sencillo como una palabra de ánimo en el momento justo hasta esa ayuda financiera que no me faltó gracias a su esfuerzo y dedicación.

Por otra parte, quiero dar las gracias a los docentes de la Licenciatura en el Departamento de Periodismo de la Universidad de El Salvador, los cuales día tras día ofrecieron su tiempo, paciencia, dedicación y conocimientos para mi desarrollo. Así mismo agradezco la oportunidad que me dio la Universidad mediante sus autoridades para iniciar, avanzar y culminar este título.

Además, puedo aseverar que este logro no hubiera sido posible sin la ayuda de mi hermano Elías Palacios, mi papá, Elías Palacios, mi hermano Obed, mi tío Rafael Hernández y mis buenos amigos y compañeros, Alejandra

Chávez, Óscar Romero y a la Licenciada Isabel Vásquez. Puesto que cada uno de ellos me tendió la mano cuando fue necesario, cada una de estas y otras personas fueron un sostén emocional y material en este proceso.

Finalmente puedo decir que es un orgullo haber sido formada en la Universidad de El Salvador como profesional y en la familia Palacios Hernández como persona porque gracias a ello soy la primera mujer en alcanzar el grado de Licenciatura en varias generaciones atrás.

## INDICE

### Contenido

RESUMEN .....	6
INTRODUCCIÓN .....	7
SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA GE PALACIOS.....	8
INFORMACIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA .....	9
OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	12
FODA .....	13
Conclusión .....	15
Análisis de la competencia .....	16
JOSUÉ MOLINA.....	16
José Marroquín .....	20
Ariel Aragón Fotógrafo .....	22
TABLA RESUMEN DE LA COMPETENCIA .....	24
Buyer Persona.....	26
Buyer persona 2: Danilo Ochoa, emprendedor y chef .....	27
Buyer persona 3: Sergio Hernández, empleado de empresa privada y vendedor de rosa de segunda mano.....	28
Canales digitales .....	29
Cuadro de líneas de contenido.....	31
Calendario de publicaciones para Facebook por 15 días .....	34
Calendario de publicaciones para Instagram por 15 días .....	37
ANEXOS .....	40

## **RESUMEN**

El trabajo presenta el proceso de cómo se planifica, crea y potencia una marca personal desde las plataformas digitales existentes, con base en la teoría de los conocimientos adquiridos desde la academia en el curso de especialización sobre el marketing digital y redes sociales.

De esta manera, en este proceso se muestra cómo el marketing tradicional ha cambiado, y que una persona ya no necesita invertir grandes cantidades de dinero en publicidad ya que puede hacerlo personalmente desde sus propias redes sociales, con el mismo objetivo, atraer a clientes potenciales.

Sin embargo, para ello se necesita desde lo más básico como pensar en un logo y eslogan que identifique a su marca o historia hasta un calendario detallado de publicaciones que contengan ideas de valor que capten la atención de un público específico.

**Palabras claves:** Fotografía, Eventos, Ge Palacios, Redes Sociales, Marca personal..

## **INTRODUCCIÓN**

Con el Marketing Personal una marca puede alcanzar nuevos clientes a través de las diferentes herramientas que ofrece el internet, con el objetivo de conectar con las personas y vender un producto o servicio.

Por lo tanto, es necesario implementar diversas estrategias que permitan alcanzar los objetivos establecidos, al mismo tiempo que se desarrolla la imagen e identidad de la marca.

Por ese motivo, existen diferentes estrategias aprendidas como el SEO (Search Engine Optimization) por sus siglas en inglés, el marketing de contenidos y el inbound marketing.



## **SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA GE PALACIOS**

Es una marca personal que nace a partir de agosto de 2022 con ese nombre como un nombre de pila, ésta ofrece servicios de fotografía porque considero que es mi fuerte a parte de la redacción, aunque no tengo tanta experiencia en el rubro lo veo como una forma de ganar dinero y de paso es un noble oficio capturar los momentos más tiernos de la vida en fotografías. Este servicio de fotografías es para diversos eventos sociales entre ellos están las bodas, bautizos, fiestas y baby shower.

Sin embargo, también está disponible para sesiones fotografías en exteriores, por ejemplo, parejas que celebran su aniversario en algún parque o un padre o madre quiere fotos de su hijo al aire libre. Además, por la falta de oportunidades labores, Ge Palacios puede tomar fotografías a productos de emprendimientos tales como venta de ropa en redes sociales o pequeños negocios de comida.

Varias marcas ofertan este tipo de servicios, pero esta marca personal lo hace de manera accesible económicamente y creativa, por ejemplo, podría no solo tomar fotografías sino redactar la historia detrás del evento donde se tomaron las fotografías.

En ese sentido, en un emprendimiento de comida se puede, además, dar una redacción o clip corto sobre la historia del emprendedor y así dar a conocer el esfuerzo que hay detrás.

El tamaño de la empresa es pequeño, ya que solo es una fotógrafa y es un equipo reducido, es decir una cámara, un lente 75-300 mm, un lente 50

mm, un trípode y un aro de luz led con tres tonalidades de tamaño mediano, 30 centímetros.

### **Logo y lema de la marca:**

La paleta de colores de la marca es morado, blanco y negro, uno, porque son colores sencillos que transmiten un equilibrio entre algo fuerte y suave a la misma vez. Además, como solo hay una fotógrafa está representada con un dibujo de una mujer tomando fotos y el lema sugiere que cada una tienen una historia que contar, tal como las redacciones que se podrían hacer por evento.



### **INFORMACIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA**

Los servicios de fotografía se brindan por paquetes, éstos se dividen dependiendo la cantidad de fotografías y solo en la zona de San Salvador, sería posible fuera de este departamento si el cliente pone el transporte.

Los paquetes se dividen así:

- Paquete uno: 10 fotografías digitales y un flayer digital o impreso, si es

para emprendimiento, o una fotografía impresa tamaño 15x20 si es un evento social, por \$12.50.

- Paquete dos: 25 fotografías digitales y un flyer digital o impreso, si es para emprendimiento, o una fotografía impresa tamaño 15x20 si es un evento social, por \$27.50.
- Paquete tres: 50 Fotografías digitales y un flyer digital o impreso, si es para emprendimiento, o una fotografía impresa tamaño 20x25 si es un evento social, por \$55.00.
- Paquete cuatro: 75 Fotografías digitales y una fotografía impresa tamaño 20x30 si es un evento social, por \$77.50.
- Paquete cinco: 100 Fotografías digitales y una fotografía impresa tamaño 25x30 si es un evento social, por \$105.00

### **¿Por qué se ofrecen paquetes?**

En cuanto a los dos primeros paquetes van más enfocados a emprendedores porque de 10 a 25 fotos podrían servirle a un negocio, por esa razón también se le agrega un flyer algo parecido a un anuncio publicitario, por ejemplo, a un negocio de comida se le pueden sacar 6 fotos de los platos más representativos y 4 del lugar para mostrar el ambiente allí, de paso se puede crear un anuncio o incluso un menú.

En cambio, en una boda lo recomendable es hacer unas fotos de mesa en mesa, toda la ceremonia y unas posadas solo de los novios, allí se podrían sacar más de 50 así que del paquete TRES al CINCO están pensados para eventos sociales.

Por otro lado, las sesiones de fotos en exteriores podrían hacerse con cualquier paquete desde el UNO al CINCO, ya que la creatividad en un aniversario celebrado en un parque podría variar.

### **Los potenciales clientes**

Podría ser cualquier persona a la que le interese la fotografía profesional, porque puede contratar los servicios para cualquier momento “especial” así que la estrategia va enfocada en alimentar las redes sociales no solo de fotografías sino con historias sentimentales desde un blog, consejos sobre poses, explicar brevemente conceptos básicos de fotografía, entre otros.

## **OBJETIVOS DE LA EMPRESA**

### **Objetivos Generales**

- Posicionar la marca Ge Palacios a través de redacción SEO.
- Aumentar la cantidad de seguidores y clientes.

### **Objetivos específicos**

- Alcanzar para finales de diciembre 300 seguidores en Instagram y 200 en Facebook mediante un calendario de publicaciones.
- Publicar en Instagram una vez a la semana las formas cómo los clientes pueden contactarse con la marca, mientras que en Facebook dos veces a la semana.
- Concretar 5 clientes para la toma de fotografías en diferentes eventos en un periodo de meses.
- Aumentar a más de 100 reacciones en Facebook mediante publicaciones interactivas con potenciales clientes en un periodo de 3 semanas.

## FODA

Una de las fortalezas de este rubro es que siempre se realizan eventos sociales, así que está en constante movimiento, sin embargo, la marca por ser nueva tiene poca experiencia y por ende la competencia tiene más oportunidad y eso se vuelve una amenaza para Ge Palacios.

Una debilidad es la recién creación de las cuentas en redes sociales, sin embargo, esto da la oportunidad de crear contenido y conocer qué le gusta al público, para crecer, pero a la vez conseguir interrelaciones.

En ese sentido, la mayor amenaza es que se desconfíe de la marca por ser nueva y no tener tanta experiencia como la competencia, aunque las personas cercanas y que ya han probado el servicio lo pueden recomendar y esto se vuelve una oportunidad.

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Los servicios se trabajan con paquetes.</li><li>● Son servicios propios.</li><li>● La fotografía es un rubro que siempre está en movimiento.</li><li>● Disponibilidad de horarios.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● El alimentar constantemente las redes sociales para conocer al público.</li><li>● Personas cercanas pueden ayudar a referir potenciales clientes.</li><li>● Con el tiempo se pueden añadir más fotógrafos a la marca.</li><li>● Necesidad de los servicios</li></ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>

<ul style="list-style-type: none"><li>● Poca experiencia.</li><li>● Redes sociales recién creadas.</li><li>● Solo un miembro en la marca</li><li>● No contar con la facilidad de trasladarse a otro departamento.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Mi competencia posee más experiencia.</li><li>● No crecer ni lograr interacciones en el tiempo planificado.</li><li>● Encontrar clientes en otros departamentos.</li><li>● Desconfianza de mis servicios porque es una marca nueva.</li></ul>
---	---

## **Conclusión**

Como conclusión se puede aseverar que la falta de experiencia o pocos seguidores en redes sociales van a aumentar sabiendo ofrecer los servicios al momento de ir conociendo los gustos del público de tal manera que se interesen por los servicios no solo porque se haga contenido fotográfico sino porque se cuenten historias detrás de las fotos.

La visión que se tiene en la marca es lograr el crecimiento de 500 seguidores en un mes en redes sociales, primero, para después hacer que el público se interese por adquirir un servicio no por costumbre sino por que llama la atención.

Posteriormente, lograr que dos fotógrafos se unan a la marca y se pueda cubrir más lugares fuera de San Salvador, también que cada fotógrafo se especialice en un área.



## Análisis de la competencia

### JOSUÉ MOLINA



Diseñador gráfico y fotógrafo profesional

Es una marca personal que ofrece servicio de fotografía para cualquier ocasión. Tiene su propio logo y usa una paleta de colores verde con gris en su marca esto inicia desde su logo hasta las publicaciones hechas, además la tipografía es la misma en todas sus piezas gráficas.

La cuenta de Facebook se activó en 2017, la de Instagram en 2015 pero parece que es una cuenta personal no de empresa, ya que hay muchas publicaciones personales y no de sus trabajos, además las descripciones de estas publicaciones son frases célebres.

Utiliza una cuenta de Facebook con 650 seguidores y una de Instagram con 569 seguidores y 385 publicaciones, de hecho, su posicionamiento en estas redes es buena, aunque no suele tener muchas interacciones.

 JOSUÉ MOLINA PHOTO

 @JOSUEMOLINA\_PHOTO

## SU MEJOR PUBLICACIÓN

Fue en Facebook, tuvo casi 40, más interacciones de lo normal, se trató sobre una oferta de sesiones navideñas que tenía, tuvo 8 compartidos con esto podría haber logrado clientes potenciales ya que en el post especificó lugar, fechas, precios y más detalles.



CRISTIAN ESCALANTE



Periodista, community manager y fotógrafo

Es una marca personal recién creada, en Facebook tiene 287 seguidores y no tiene más de 10 publicaciones pero si aparecen de 15 a 50 interacciones, mientras que en la cuenta de Instagram tiene 102 seguidores con 3 publicaciones solamente.

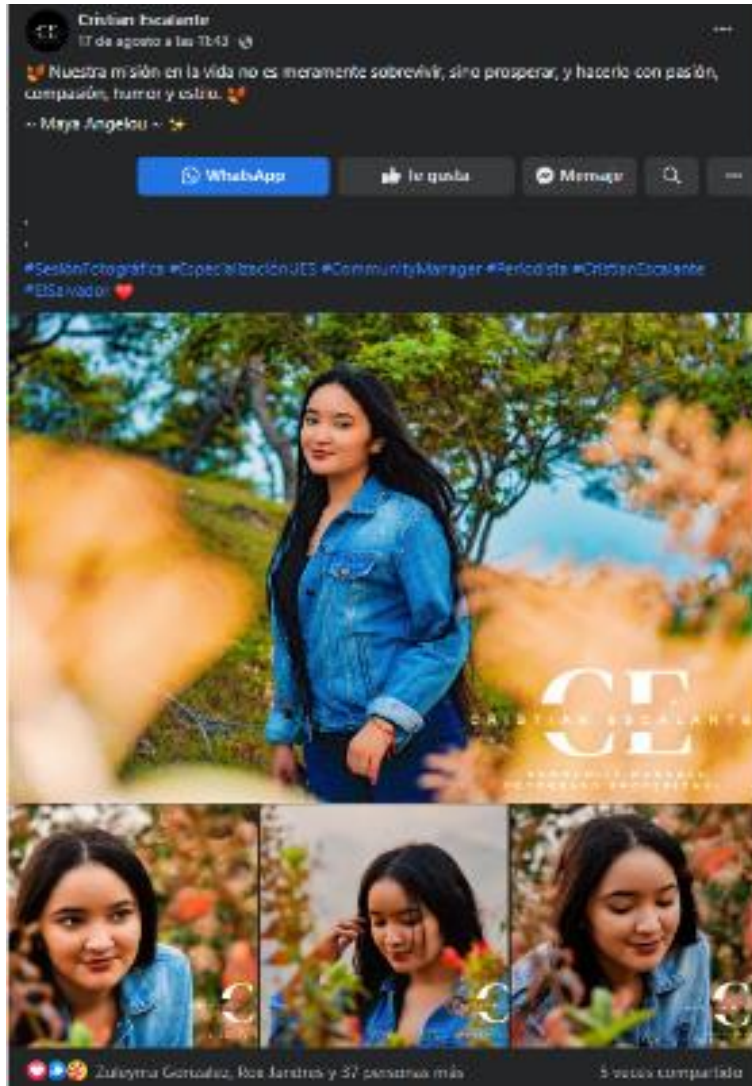
Algo que destaca a esta marca es la armonía de colores que logra en sus publicaciones y también ocupa misma tipografía, pero lo que más sobresale es la forma no tradicional de buscar clientes, es decir, no los persigue insistentemente, esto porque está capacitado en marketing digital.

 CRISTIAN ESCALANTE

 @CRISTIANESCALANTE.1

## SU MEJOR PUBLICACIÓN

Fue en Facebook con casi 40 reacciones y 5 compartidos, esta son foto en exteriores, junto a una frase y una breve descripción del momento de la sesión fotográfica., el único detalle que no fue buena idea es que la marca en las fotos es demasiado grande.



## José Marroquín



### **Periodista y fotógrafo, editor de vídeo, community manager y creador de contenido**

El movimiento de esta marca personal en redes sociales es reciente alcanzando en Facebook 50 seguidores y 56 en Instagram pero no tiene logo ni lema, tampoco paleta de colores, aunque la calidad de sus fotos es buenisísima.

Visualmente son fotos atractivas y se debe resaltar que su forma de ofrecer los servicios no es la tradicional de perseguir al cliente, porque tiene conocimientos de marketing digital, lo malo es que no transmite la armonía de colores o tonos o logo que le represente.

 JOSÉ MARROQUÍN FOTOGRAFO

 @JL\_MARROQUIN

## SU MEJOR PUBLICACIÓN

Fue en Facebook con un poco más de 10 interacciones y dos compartidos, hizo buen uso de hashtags y etiquetó al cliente, además, compartió brevemente la experiencia.



## Ariel Aragón Fotógrafo

---



### Fotógrafo

Tiene 196 seguidores en Facebook, pareciera que usa una cuenta ya utilizaba antes para otras cosas, pero las últimas publicaciones si van de acuerdo a la descripción del servicio que ofrece y el contenido es de valor como consejos y trucos para fotos, aunque no tiene logo ni lema, tampoco paleta de colores.

En la página de Facebook se define como servicios de fotografía, pero probablemente antes se usaba para otras cosas como blog personal, ya que al ver publicaciones anteriores aparecen vídeos de YouTube de entretenimiento, por ejemplo.

Tiene un logo, pero no lo ocupa como foto de perfil o portada, pero en general es contenido de valor y aún cuenta de Instagram no hay.



## SU MEJOR PUBLICACIÓN

Fue en Facebook para explicar de qué se trataría la página, contó con 2 me gusta y ningún compartido. Lo escrito fue interesante para empezar.





## TABLA RESUMEN DE LA COMPETENCIA

Generalidades	Josué Molina	Ariel Aragón
Rubro	Fotógrafo y diseñador gráfico.	Fotógrafo
RRSS	Seguidores en facebook 650 e Isntagram 569.	Seguidores en facebook 196 e Isntagram no usa.
Valoración del contenido	Visualmente es atractivo, pero demasiado texto y no publica constantemente.	Hay contenido de valor, pero se debió crear una cuenta para ese rubro porque al parecer solo se cambio nombre sin detallas servicios, precios y cobertura.
Diseño,estilo	Su manera es el típico de perseguir clientes.	El diseño de la página es un poco confuso porque no se ha determinado logo o colores.
Debilidad	No le ha dado mantenimientp a sus cuentas desde 2022.	Desorganizaci ón en lo visual y los servicios que ofrece.
Fotaleza	Expereincia en el rubro y ofrece detallado todo.	Bastante contenido de valor.

Manejo de RRSS	Hace buen uso de las fotos en un catalogo extenso de buena calidad.	Se debe dar más detalles del servicio, contactos, qué ofrece, precios zonas y de cobertura.
----------------	---	---

Generalidades	José Marroquín	Cristian Escalate
Rubro	Periodista, fotógrafo, community manager y creador de contenido	Periodista, fotógrafo y community manager.
RRSS	Seguidores en facebook 50 e Isntagram 56.	Seguidores en facebook 287 e Isntagram 102.
Valoración del contenido	Aunque la cuenta es nueva, tiene fotos atractivas visialmente por los colores y poco texto, además el correcto uso de los hashtags.	Visualmente muy agradable e innovador, no es el típico tradicional.
Diseño, estilo	Descuido o poco desarrollo, pero el contenido no es repetitivo en sus publicaciones.	Tiene colores armonícos, tiene un logo que que identifica su personalidad.
Debilidad	No tiene logo ni paleta de colores que lo represente.	Tiene pocas publicaciones aunque tiene poco tiempo de estar en el rubro

Fotaleza	La calidad del servicio y la experiencia en el rubro.	La creatividad con la que llama a los clientes en potencia.
Manejo de RRSS	Las redacciones breves y llamativas, además la armonía con la que presenta sus fotos mediante redacción SEO.	Sus publicaciones son diferentes formas de llamar la atención, sin ofrecer los servicios a modo de perseguir a los clientes.

## Buyer Persona

Buyer persona 1: Jocelyn Flores, organizadora de eventos.

Es organizadora de eventos sociales como bodas, cumpleaños, baby shower, aniversarios y más, desde hace 5 años, pero la cuarentena le afectó, le afectó tanto que ahora solo tiene eventos de forma esporádica y no tiene personal.

### Situación actual:

- Su emprendimiento sobrevivió al período de cuarentena
- Los fines de semana suele tener eventos sociales
- Sus precios siguen siendo los mismo desde antes de la cuarentena.

### Pasatiempos y profesión:

- Le gusta pintar cuadros en canvas, le gusta cantar y bailar.
- Es profesora de niños y estudiante de inglés.

### Metas y retos:

- Lograr posicionarse como empresa permanente y en redes sociales
- Encontrar un grupo fijo de personas que le apoyen en cada evento
- Aumentar los precios sin perder clientes.

**Temores:**

- No aumentar la cantidad de sus clientes y continuar como organizadora de eventos esporádicamente.

**Buyer persona 2: Danilo Ochoa, emprendedor y chef**

Danilo es un joven de 26 años que vende hamburguesas desde su casa hace 2 meses ya que está desempleado desde hace 8 meses y tiene una niña de 4 años, Danilo vive en Ilopango y lleva a domicilio a sus clientes en zonas cercanas.

**Características:**

- De momento solamente ofrece hamburguesas con papas.
- Las hamburguesas las prepara con los materiales más finos, por lo que su sabor es increíble pero el precio debe ser justo para ver ganancias.
- Ofrece servicio a domicilio en Ilopango y Soyapango.

**Pasatiempos:**

- Le gusta el fútbol y los videojuegos, pero su mayor afición es llevar a su hija al parque y enseñarle a jugar fútbol.
- También escribe reseñas sobre comida para dar a conocer recetas nuevas.

**Temores:**

- Que al invertir en un local la gente no quiera pagar el precio justo y tenga que dar el producto más barato, por lo que no lograría sacarle ganancia.

**Metas y sueños:**

- El propósito de su emprendimiento es crecer para comprar una plancha y más implementos de cocina para ofrecer más variedad, a mediano o largo plazo quiere tener un restaurante de hamburguesas, además ofrecer servicio a domicilio en todo el país.

**Reto:**

- Expandir su negocio en redes sociales, ya que no sabe manejarlas, pero está consciente que es necesario hacer uso de ellas para lograr mayor público.

**Situación:**

- Es un chef que empezó de forma empírica y luego consiguió un trabajo como jefe de cocina, pero no le era viable porque no tiene quién le cuide a su hija, ahora es padre y chef a tiempo completo.

**Buyer persona 3: Sergio Hernández**, empleado de empresa privada y vendedor de rosa de segunda mano

Sergio es un joven de 27 años que está recién casado y tiene un hijo pequeño, ha sido cliente dos veces, en su boda y en el primer cumpleaños de su hijo. Además, está interesado en una sesión fotográfica navideña con su familia y otra sesión de fotos para su emprendimiento.

**Características:**

- Es cliente de Ge Palacios por eventos sociales.
- Por el momento solo vende ropa en su casa los fines de semana pero quiere hacerlo en redes sociales.
- Vende ropa de segunda para mujer, hombre y niños.
- Ofrece la ropa solamente en su colonia porque fuera de ella no saben de esa venta.

**Pasatiempos:**

- Practica fútbol en un equipo de su lugar de residencia, también le gustan los videojuegos, pero sobre todo salir con su familia a conocer nuevos lugares.

**Temores:**

- Teme invertir tiempo en abrir redes sociales y dinero en más productos y que las cosas no le funcionen como espera, ya que gastaría sus ahorros en eso.

**Metas y sueños:**

- Lo que quiere es vender en línea en todo San Salvador, para poder ahorrar y comprarse una casa propia y un carro. Además, a largo plazo quiere ahorrar para pagar matrícula de un colegio a su hijo.

**Retos:**

- Lograr llegar a más personas fuera de su municipio y hacer entregas en motocicleta en San Salvador y La Libertad, el reto es

que no maneja las redes sociales como debería y debe invertir en sesiones de fotos.

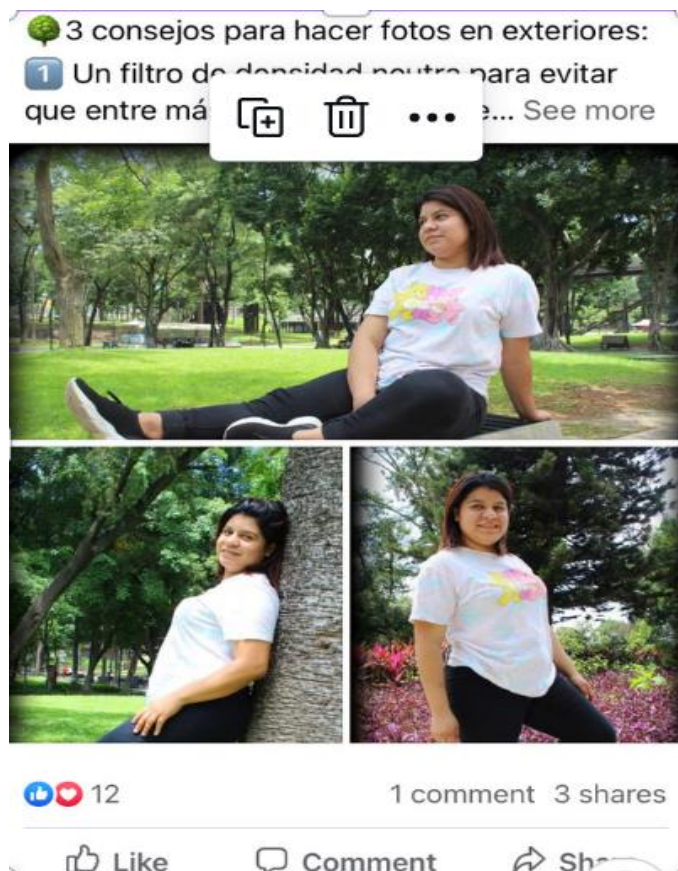
### Situación:

- Actualmente trabaja en una maquila pero los horarios son muy absorbentes por lo que desearía tener un negocio propio para poder pasar tiempo con su familia, así podría vender no solo ropa sino zapatos y accesorios.

### Canales digitales

 Facebook: [@gepalacios20](https://www.facebook.com/gepalacios20)

Ge Palacios tiene dos redes sociales principales, la primera es una página en Facebook, esta se decidió así, ya que los clientes potenciales buscan los servicios de foto de manera mixta entre ver fotos que muestran la calidad del trabajo e información sobre los servicios que se prestan y Facebook tiene las herramientas necesarias para eso.





Instagram: [@gepalaciosfotos20](https://www.instagram.com/gepalaciosfotos20)

La otra red social es Instagram, porque es la plataforma perfecta para publicar trabajos visuales y como los servicios son de fotografía, le viene bien a la marca personal, adicional es una plataforma muy interactiva para conocer los gustos del público, por ejemplo, hacer encuestas y preguntas abiertas y da la posibilidad de ver las respuestas directas de cada usuario. Tiene demasiadas herramientas para publicaciones e historias.



#### Otras plataformas no se utilizaron

El resto de redes sociales no se consideraron como canales a utilizar porque para ofrecer un servicio de fotografía en Twitter no es la mejor opción, ya que acá predomina el texto y no las imágenes. Asimismo, LinkedIn no es una opción viable por su formalidad y seriedad del fin que busca. Por otro lado, Youtube y Tik Tok son dos redes sociales que se están considerando, ya que podrían servir para hacer tutoriales para tomar fotos o contar historias de las personas que optan por el servicio. Pero esto será una realidad dependiendo de la aceptación que se tengan los reels en Facebook e Instagram.

## Cuadro de líneas de contenido

subtemas

<b>Contenido sobre servicios</b>	Descripción de paquetes fotográficos	Técnicas para tomar fotografías	Promociones	Ventajas de contratar los servicios	Tutorial de técnicas para capturar vídeos
<b>Contenido que resuelva problemas / dudas / peticiones</b>	Posts de dudas sobre términos fotográficos	Brindar las formas de contactar a la marca	Encuestas sobre que tipo de eventos les interesan a los clientes	Transmisiones en vivo para resolver dudas	Carrousel sobre aspectos básicos de la fotografía
<b>Diseño y piezas gráficas</b>	Reels sobre técnicas fotográficas	Historias sobre técnicas fotográficas	Transmisiones sobre tips fotográficos	Publicaciones de contenido de valor	Publicación de proyectos fotográficos
<b>Branding</b>	Historia de la marca	Precios de paquetes	Formas de contacto de la marca	Quiénes somos	Horarios de atención

Líneas de contenido

Formatos

- Publicaciones de varias piezas gráficas juntas
- Fotos
- Reels
- Enlaces que llevan a un blog
- Historias: encuestas/ preguntas
- No habrá lives



## KPI'S A MEDIR

### **Objetivo general**

- 1Hacer publicaciones dos veces al día.
- 1.1 Dar información útil y detallada, pero de manera breve y concisa de los servicios que se ofrecen.

### **Objetivos específicos**

- Lograr posicionamiento seo de la marca ge palacios en la zona central del país
- Kpi's
- Aumento de visitas al perfil
- Número de personas alcanzadas
- Número de like en cada publicacion
- Número de nuevos mensajes
- Número de comentarios en las publicaciones sobre ventas
- Cantidad de perfiles que retornan a las hitorias de los precios de los servicios que se ofrecen.

## KPI'S A MEDIR

### **Objetivo general**

- 2. Hacer rifas de una sesión fotográfica para que se corra la voz de la marca.
- 2.1 Ofrecer ofertas durante el mes de octubre tales como un 30 % de descuento.

### **Objetivos específicos**

- 2.2 Conseguir más seguidores y clientes

## **KPI'S**

- Aumento de interacciones en esos posts
- Número de comentarios de los perfiles participantes
- Número de veces que se comparte el post
- Número de nuevos mensajes
- Cantidad de menciones o etiquetas
- Número de comentarios en esas publicaciones

## Calendario de publicaciones para Facebook por 15 días

CALENDARIZACIÓN DEL 1 AL 7 DE OCTUBRE DE 2022 para Facebook.					
FECHA	HORARIO	TIPO DE CONTENIDO	LINK	COPY	DESCRIPCIÓN GRÁFICA
SÁBADO 1	18:00	VENTA	<u>30 % descuento</u>	⚠️ 🌍 30 % De descuento al adquirir los servicios de fotográficos de Ge Palacios, aprovecha y captura esos momentos inolvidables. 📷 😎	REEL
DOMINGO 2	16:00	Contenido de valor	<u>Significado de los colores</u> <u>Primera parte</u>	🌈 Si quieres transmitir un mensaje en específico a través de fotos, debes tomar en cuenta el significado de los colores 👁️	Piezas gráficas primera parte del significado de los colores.
LUNES 3	11:00	Contenido de valor	<u>Significado de los colores</u> <u>segunda parte</u>	🌈 Ahora que ya conoces el significado de los colores, cuéntanos ¿qué intención será tu próxima foto? 🐱	Piezas gráficas segunda parte del significado de los colores.
MARTES 4	19:00	Interactivo	<u>Pon la foto de tu mascota</u>	🐾 🐶 Presume a tu mascota y comenta cómo llegó a tu vida esa linda criatura 🐱 🐾	Pieza gráfica
MIÉRCOLES 5	10:00	Venta	<u>precio del servicio de foto</u>	Paquetes a partir de \$12.50 porque nos importa que cuides tu bolsillo mientras te brindamos la mejor calidad de fotografías. 📷 😎	Pieza gráfica sobre los precios
JUEVES 6	17:00	Contenido de valor	<u>Ideas para la novia</u>	Si eres la novia nerviosa que está a punto de casarse debes tomar en	Piezas gráficas

				cuenta las siguientes ideas 📷	
VIERNES 7	19:00	Contenido de valor	<u>7 PLANOS PARA FOTO</u>	Los 7 planos básicos en fotografía que debes conocer para mejorar tus fotos hasta en el celular y el séptimo te va a encantar. 📷	Piezas gráficas

Cuadro 2 Facebook.

CALENDARIZACIÓN DEL 1 AL 7 DE OCTUBRE DE 2022 para Facebook					
FECHA	HORARIO	TIPO DE CONTENIDO	LINK	COPY	DESCRIPCIÓN GRÁFICA
SÁBADO 8	18:00	Contenido de valor	5 Ángulos para foto	Los 5 ángulos básicos en fotografía que te ayudarán a captar mejores momentos desde tu celular de manera sencilla. #ángulosfotográficos #fotografía profesional al #mejorarfotos	Piezas gráficas
DOMINGO 9	16:00	Venta	30 % off en fotos	Aprovecha el 30 % de descuento del mes para fotografiar tu emprendimiento. 😎 #emprendedor #descuento #fotogepalacios	Piezas gráficas
LUNES 10	11:00	Contenido de valor	Técnicas fotográficas día 1	📷 😎 Técnicas básicas de fotografía profesional, esta semana conoceremos 3 técnicas simples que te ayudarán. #tecnicasdefoto. #largaexposicion #arquitectonicas	Piezas gráficas

MARTES 11	19:00	Contenido de valor	Técnicas de fotografía día 2	📷 Aprende a fotografiar paisajes para tus próximos trips familiares o con amigos. 😎 #panoramica #barrido #tecnicasdefoto	Pieza gráfica
MIÉRCOLES 12	10:00	Contenido de valor	Técnicas de fotografía día 3	Reta a tus amigos a hacer fotos entre sombras y siluetas con la técnica a contraluz. 📷 😎 #timelapse #acontraluz	Pieza gráfica
JUEVES 13	17:00	Contenido de valor	Técnicas de fotografía día 4	¿Alguna vez has querido sacarle fotos al amanecer o al atardecer, pero no sabes cómo? Puede usar la técnica del hiperlapse. 📷 📷	Piezas gráficas
VIERNES 14	19:00	Contenido de valor	Técnicas de fotografía día 5	Aprende a crear un pequeño clip con varias fotos, recreando historias animadas con poco esfuerzo. #stopmotion #HDR #tecnicasdefotos 📷 📷	Pieza gráficas
SÁBADO 15	18:00	Interactivo	Giveaway	Participa y gana una sesión de 10 fotos al estilo de tu preferencia, con tu familia, amor o pareja o para tu emprendimiento. El ganador se anunciará en esta página el 31 de octubre. Giveaway	Pieza gráfica

## Calendario de publicaciones para Instagram por 15 días

CALENDARIZACIÓN SEMANAL DEL 1 AL 7 DE OCTUBRE DE 2022 Instagram					
FECHA	HORARIO	TIPO DE CONTENIDO	LINK	COPY	DESCRIPCIÓN GRÁFICA
SÁBADO 1	10:00	VENTA	Imagen explicativa 30 % off	⚠️ 🌍 30 % De descuento es lo que trae octubre para ti, ¿qué esperas para contratar los servicios? #descuentos #fotospro	Pieza gráfica
DOMINGO 2	16:00	Interactivo	reto de 30 días	Acepta el reto de 30 días que traemos para ti, a ti que tanto te gusta tomarle fotos hasta a la comida. 😊 😊 😊	Pieza gráfica
LUNES 3	11:00	Contenido de valor	Reel 7 planos	Los 7 planos más importantes a la hora de tomar una buena fotografía. 😊 #fotospro #planosfotográficos	Reel
MARTES 4	19:00	Interactivo	encuestas sobre planos	#planos fotográficos #fotospro	Sucesión de historias sobre planos fotográficos.
MIÉRCOLES 5	10:00	Venta	30 % OFF en todo octubre	Las ferias de logro y graduaciones során en octubre y noviembre por eso aprovecha el 30 % de descuento en fotos este mes. ⚠️ 🌍 #descuentos #octubre #fotos	Reel
JUEVES 6	17:00	Contenido de valor	5 Ángulos para hacer fotos	5 ángulos que todo principiante en foto debe saber. Es sencillo y comprensible así que alerta, alerta y alerta. 😊 😊	Piezas gráficas

				#angulosfotograficos #fotospro	
VIERNES 7	19:00	Contenido de valor	Fotos propias de una quinceañera	Consejos antes de tomarte fotos en ese gran día: 1-Busca ideas de poses. 2-Ten a la mano todos los accesorios deseados 3-Hidratarte para aguantar el tiempo suficiente.5- Pon tu mejor sonrisa y disfruta. #Consejos #fotospro	Fotos

CALENDARIZACIÓN SEMANAL DEL 8 AL 15 DE OCTUBRE DE 2022 Instagram					
FECHA	HORARIO	TIPO DE CONTENIDO	LINK	COPY	DESCRIPCIÓN GRÁFICA
SÁBADO 8	14:00	Contenido de valor	colores parte 1	Este fin de semana vamos a hablar sobre el significado de los colores, según la psicología y la importancia de estos en las fotos. 😊 😊 #colores #significado #fotos	Piezas gráficas
DOMINGO 9	19:00	Contenido de valor	colores parte 2	La técnica con reflejos es tan fácil de hacer que solo necesitas tu celular y un espejo, ¿te atreves? #reflejos #fotografiapro	Piezas gráficas
LUNES 10	16:00	Contenido de valor	Técnicas para fotos día 1	Conoce 10 técnicas de fotografía profesional en 5 días, estas técnicas puedes practicarlas desde tu celular. #tecnicas fotograficas #semana	Piezas fotográficas
MARTES 11	17:00		Técnicas para fotos día 2	HDR en el celular, esta función viene activa en los modelos más recientes de todo	

				Android e IOS pero ¿para qué sirve? Descubrirlo aquí.	
MIÉRCOL ES 12	18:00	Contenido de valor	Técnicas para fotos día 3	La próxima vez que vayas a sitios turísticos arquitectónicos usa la técnica perfecta para eso... #fotosarquitectonicas	Piezas fotográficas
JUEVES 13	17:00	Contenido de valor	Técnicas para fotos día 4	¿Cómo captar el movimiento en una foto sin que salga movida? Aquí te explicamos cómo... #congelado #barrido	Piezas gráficas
VIERNES 14	19:00	Contenido de valor	Técnicas para fotos día 5	Larga exposición es la técnica de captar el movimiento de las cosas, pero sin que la foto salga movida. #fotospro	Piezas fotográficas
SÁBADO 15	18:00	Venta	Flyer y menú	Algunos paquetes que Ge Palacios ofrece incluyen un Flyer que puedes convertir en menú si tu negocio es de comida, paquetes a partir de \$12.50 #emprendedor #fotospro #menú	Piezas gráficas



## ANEXOS

### Pieza 1.

**¡SÚPER DESCUENTOS DE OCTUBRE!**

**¡Aprovecha el 30 % de descuento del mes!**

**Válido del 1 al 31 de octubre para todo tipo de fotografía.**

**30% OFF**

0:03 / 0:30

*G. Palacios*

Pieza 2.1



Pieza 2.2



# Rojo

TRANSMITE PASIÓN, FUERZA, VALOR,  
IMPULSIBILIDAD, PERO SOBRE TODO ES EL COLOR  
QUE REPRESENTA AL AMOR.

Pieza 2.3



*Blanco*

SE USA PARA REPRESENTAR LA PAZ, PUREZA,  
OPTIMISMO, TRANQUILIDAD Y LIMPIEZA.

Pieza 2.4



*Gris*

ESTE COLOR SE USA PARA DENOTAR TENACIDAD,  
FRIALDAD, FORMALIDAD Y SOBRE TODO SERIEDAD.

Pieza 2.5



# *Morado*

SE ASOCIA CON LA SENSUALIDAD, ROMANCE,  
BELLEZA, SERENIDAD Y CON LA FEMINIDAD.



# PRECIOS DEL SERVICIO DE FOTOS

GE PALACIOS

- BODAS
- BABY SHOWER
- CUMPLEAÑOS
- SESIONES DE FOTOS





## Pieza 4.2

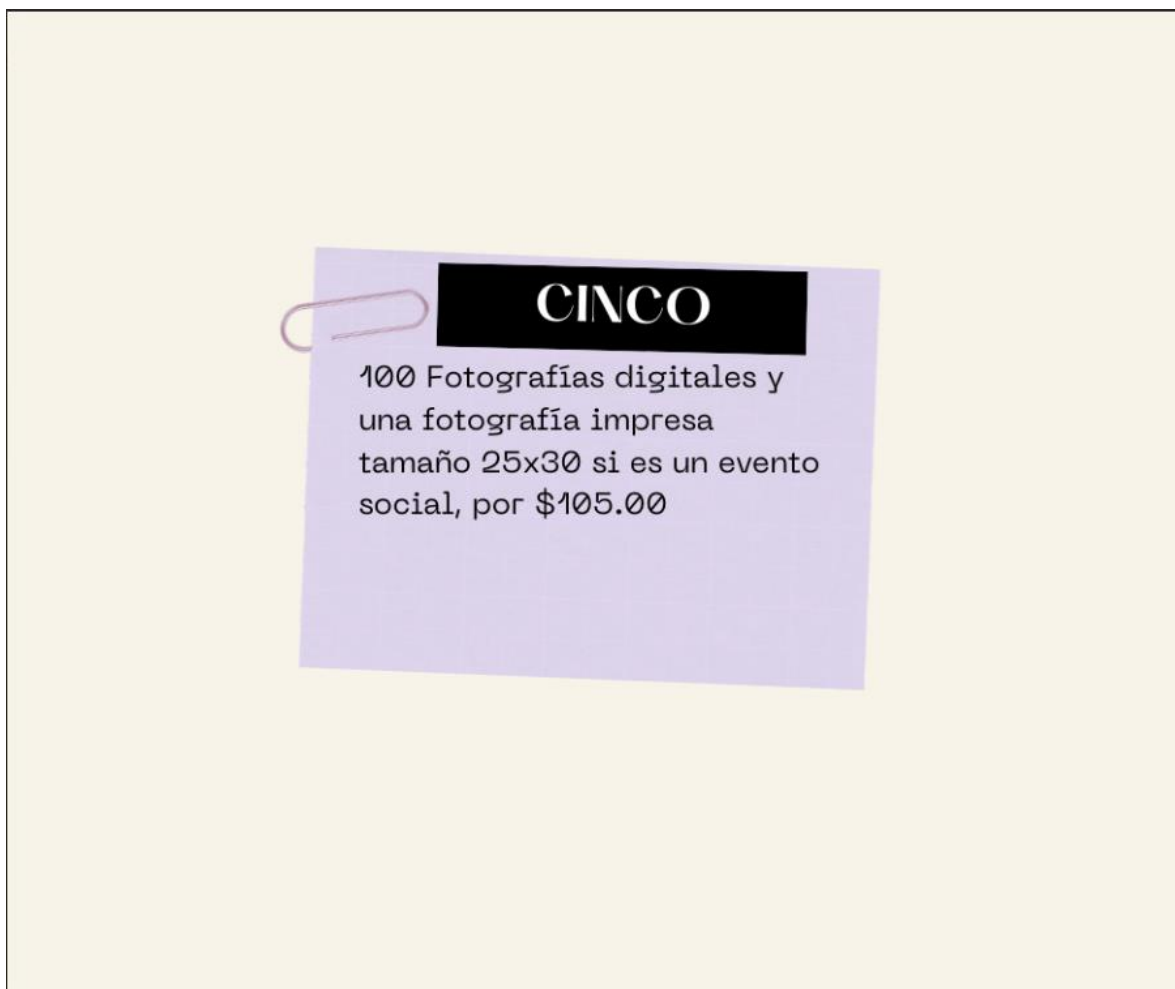
**TRES**

50 Fotografías digitales y un flayer digital o impreso, si es para emprendimiento, o una fotografía impresa tamaño 20x25 si es un evento social, por \$55.00.

**CUATRO**

75 Fotografías digitales y una fotografía impresa tamaño 20x30 si es un evento social, por \$77.50.

### Pieza 4.3





Pieza 5.2

Reflejos...



Pieza 5.3

Contravaluz....



Pieza 5.4

*De detalle...*



Plano cenital...



Contrapicado



Pieza 5.6

*Poses creativas...*





Pieza 6.1



## Plano general o entero



El modelo se ve de cuerpo completo porque es el protagonista, por lo tanto debe mantenerse en el encuadre aunque el plano sea abierto.

## Plano americano/Tres cuartos



Este encierra al modelo desde la cabeza hasta las rodillas y es ideal para fotografías en grupo.

## Plano medio



Cubriendo desde la cintura hasta la cabeza este plano ayuda a resaltar la forma del cuerpo, antes de disparar se debe asegurar que los brazos y manos queden adentro del cuadro para evitar cortarles.

# Plano medio corto



También conocido como plano de busto va desde la cabeza hasta la mitad del pecho, esto permite aislar una sola persona del entorno.

# Primerísimo primer plano



Cubre desde la barbilla hasta la frente  
aproximadamente, esto le da  
intimidad y cercanía a las emociones.



# Detalle



Resalta específicamente una cosa, ya sea la parte más llamativa o expresiva. Suele usarse también con objetos.

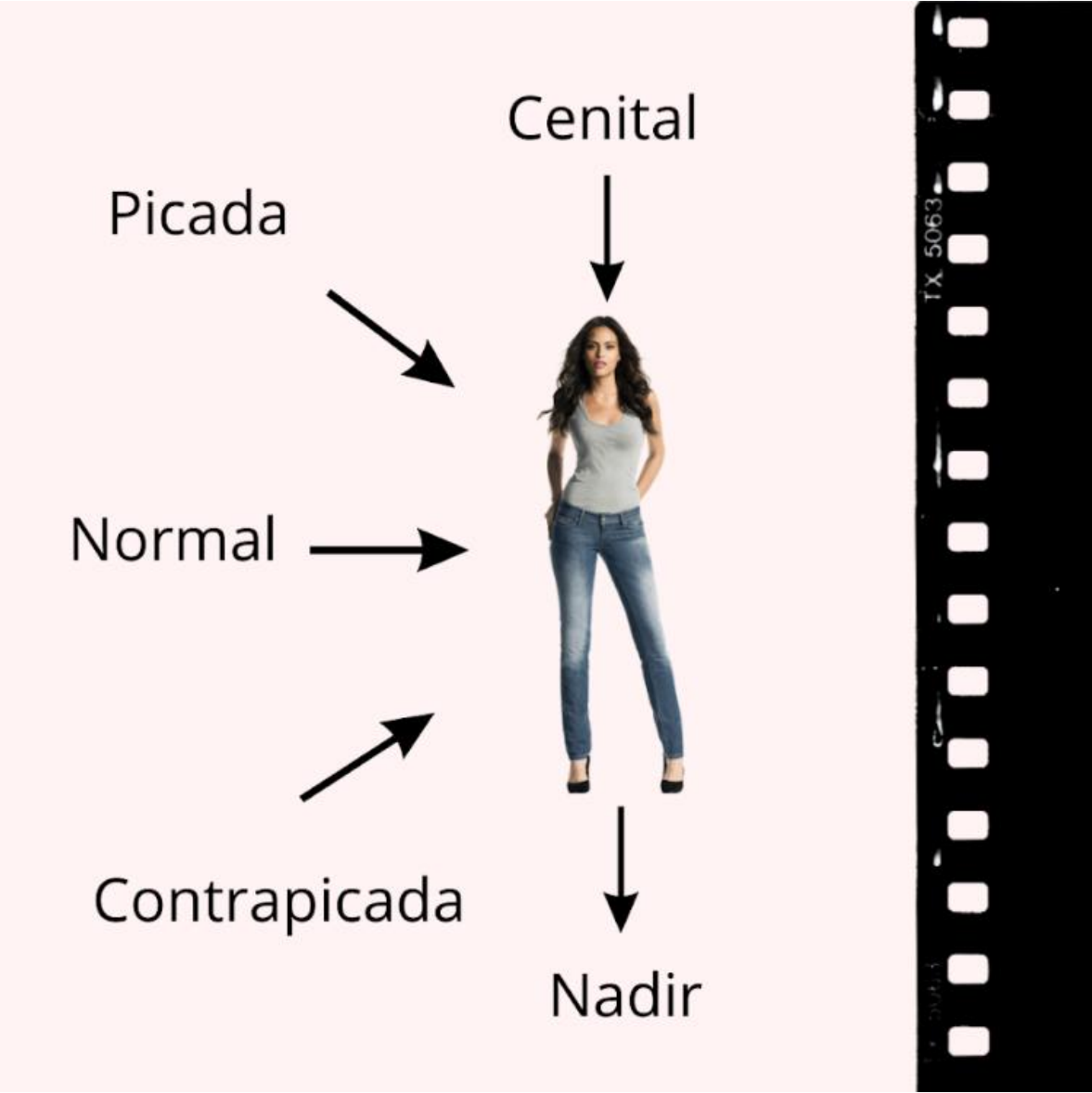


Pieza 7.1

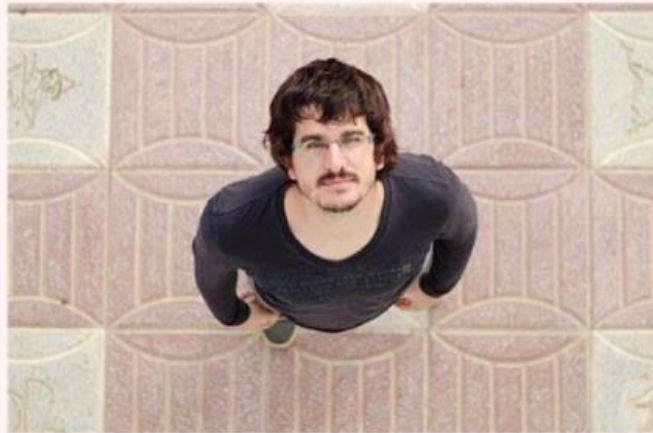




Pieza 7.2



# CENITAL



- En este ángulo la cámara se sitúa en posición perpendicular al suelo, totalmente sobre la cabeza del sujeto.
- Es utilizado como recurso creativo porque da una vista particular de lo que se observa.
- Se usa en foto de retrato, pero con precaución, ya que puede distorsionar el cuerpo.

# PICADA



- Para conseguir este ángulo la toma se debe hacer desde un plano superior al sujeto, es decir, se toma de arriba hacia abajo.
- En fotos a personas este ángulo denota inferioridad y vulnerabilidad.

# NORMAL



- La cámara se coloca al nivel del sujeto que se quiere captar.
- Es el más utilizado por su naturalidad, ya que es así como el ojo humano percibe el mundo y su realidad.

# CONTRAPICADA



-La cámara apunta de abajo hacia arriba. Con este ángulo visualmente los objetos se agrandan, lo que les da una posición dominante y mayor importancia.

-Generalmente se usa para fotos de retrato o arquitectónicas.

# NADIR



- La cámara se coloca exageradamente en la parte inferior del sujeto, dejándola en el medio de la escena.
- No es muy común, solo se usa para edificios muy altos, donde la geometría que estos generan añade una profundidad significativa a la fotografía.

Pieza 8.



**30 %  
OFF**

**¿ACABAS DE  
INICIAR UN  
NEGOCIO Y  
QUIERES QUE SE  
VEA ATRACTIVO?**

HAGAMOS UNA SESIÓN FOTOGRÁFICA Y  
RESALTEMOS ESE PRODUCTO.

Pieza 9.1



# SEMANA DE TÉCNICAS FOTOGRAFÍCAS

PARTE I



# LARGA EXPOSICIÓN

*ÉSTA PERMITE QUE LA VELOCIDAD DE OBTURACIÓN SEA LARGA, ES DECIR QUE DEJA ENTRAR UNA GRAN CANTIDAD DE LUZ DURANTE MÁS TIEMPO DE LO NORMAL.*



# ARQUITECTÓNICAS

*ES UN TIPO DE FOTOGRAFÍA SUMAMENTE SENCILLA,  
Y SU COMPOSICIÓN ES DIRECTA Y CONTUNDENTE:  
MOSTRAR Y RESALTAR LA ARQUITECTURA.*



Pieza 10.1



# SEMANA DE TÉCNICAS FOTOGRAFÍCAS

PARTE 2

# BARRIDO O CONGELACIÓN

*SE PRETENDE CONGELAR SÓLO LA PARTE MÁS  
DINÁMICA, EL SUJETO O EL OBJETO SE MUEVE  
MIENTRAS QUE EL FONDO QUEDA DIFUSO.*



# PANORÁMICA

*FOTOGRAFÍA QUE PERMITE CAPTURAR Y APRECIAR UNA MAYOR PORCIÓN DE UNA ESCENA QUE UNA FOTOGRAFÍA NORMAL, DANDO INFORMACIÓN DE UN PLANO LARGO.*



Pieza 11.1



# SEMANA DE TÉCNICAS FOTOGRAFÍCAS

PARTE 3

# A CONTRALUZ

*CONSISTE EN QUE LA CÁMARA APUNTE  
DIRECTAMENTE A UNA FUENTE DE LUZ, DANDO COMO  
RESULTADO UNA SOMBRA DE OBJETOS O SUJETOS.*



Pieza 11.3

**TIMELAPSE**

*TAMBIÉN SE CONOCE COMO CÁMARA RÁPIDA, ESTA TÉCNICA SE USA PARA MOSTRAR EN UN TIEMPO CORTO SUCESOS QUE TIENEN LARGA DURACIÓN, COMO EL ATARDECER.*



0:06 / 0:06



Pieza 12.1

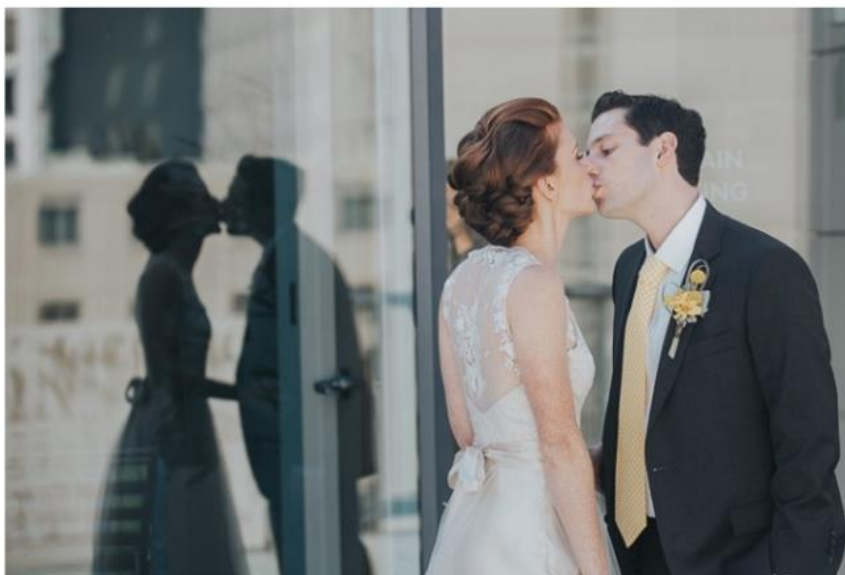


# SEMANA DE TÉCNICAS FOTOGRAFÍCAS

PARTE 4

# REFLEJOS

*EN REALIDAD, CUALQUIER SUPERFICIE QUE TE DÉ REFLEJOS ES PERFECTA, YA QUE SE PUEDE USAR PARA AGREGAR UN ELEMENTO DE CREATIVIDAD A SU MARCO.*



Pieza 12.3

**HIPERLAPSE**

*SE REALIZA UN DESPLAZAMIENTO CONSIDERABLE DE LA POSICIÓN DE LA CÁMARA, PERO MANTENIENDO GENERALMENTE EL MISMO PUNTO DE INTERÉS.*



0:06 / 0:06

Pieza 13.1



# SEMANA DE TÉCNICAS FOTOGRAFÍCAS

PARTE 5

Pieza 13.2

# HIGH DYNAMIC RANGE ( HDR )

*SUMA VARIAS IMÁGENES PARA OBTENER MÁS DETALLE TANTO EN LAS ZONAS CLARAS, COMO EN LAS OSCURAS MEZCLANDOLAS Y DANDO COMO RESULTADO UNA SOLA IMAGEN.*



Pieza 13.3



@Ge Palacios

**GANA UNA SESIÓN DE FOTOS EN EXTERIORES**

**GIVEAWAY**  
GIVEAWAY  
GIVEAWAY  
GIVEAWAY



**PASOS:**

- ★ Seguir la página
- ★ Compartir este post
- ★ Etiqueta a dos amigos en los comentarios del post.

**¡SÚPER DESCUENTOS  
DE OCTUBRE!**



**30%  
OFF**

**Del 1 al 31 de octubre aprovecha el  
descuento en sesiones de fotos**



Pieza 16.

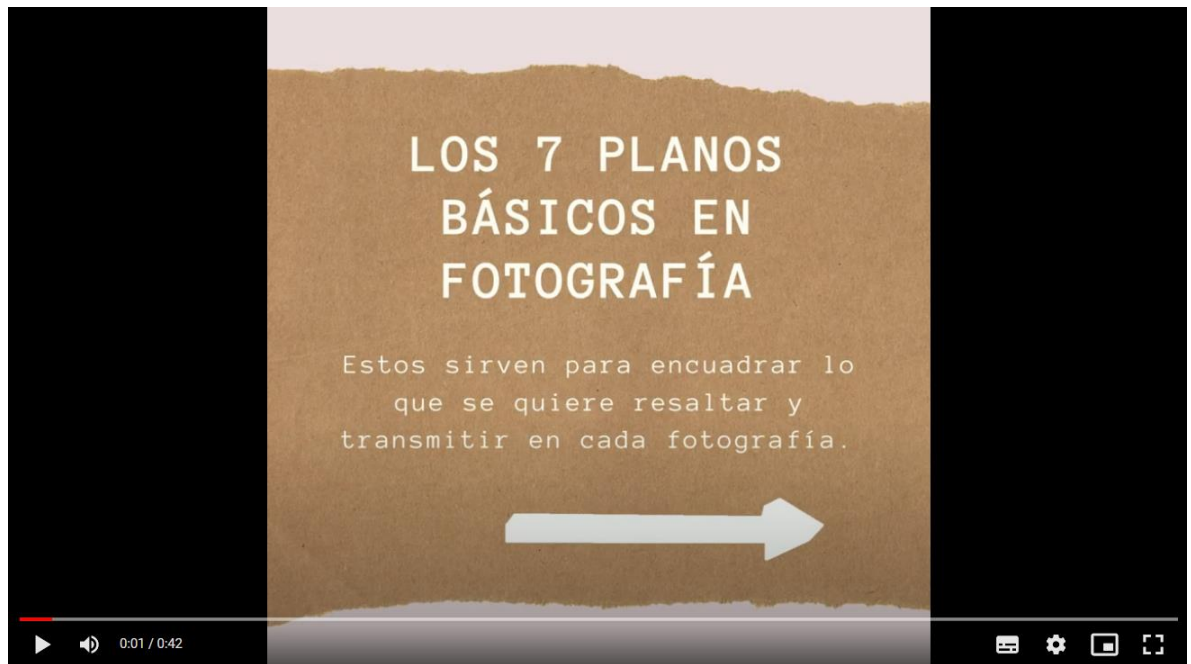


OCTUBRE

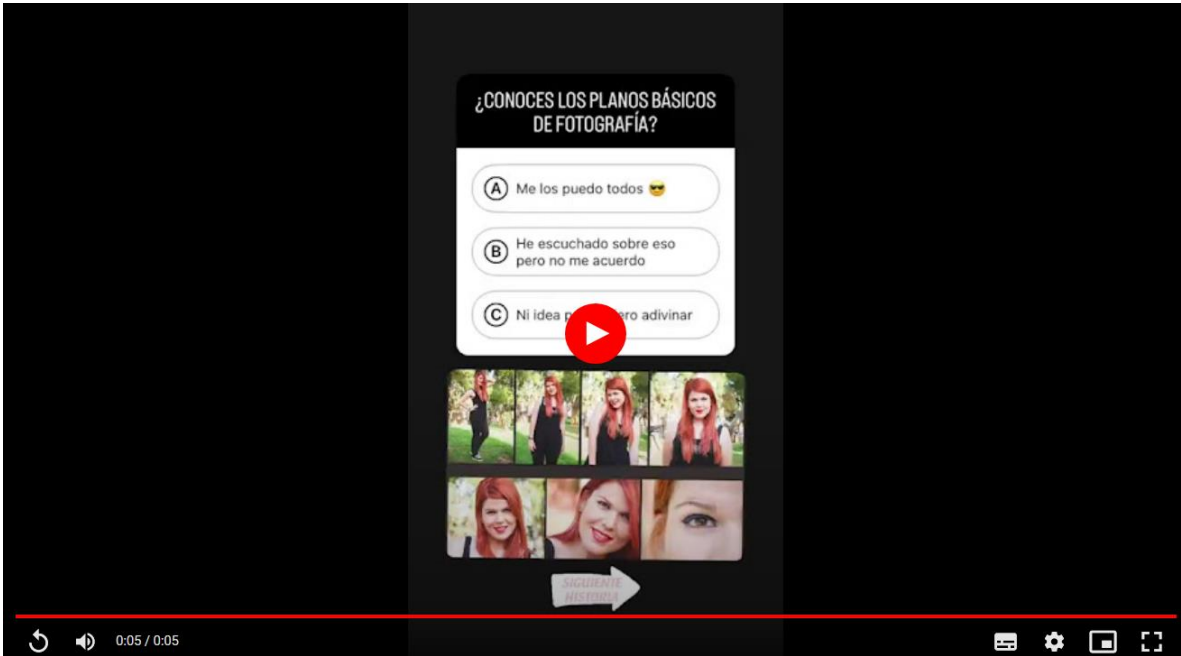
2022

LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
					1 Juguete favorito	2 Abrazo
3 Juego al aire libre	4 Lectura	5 Desayuno	6 Color favorito	7 Silueta	8 Ventana	9 Cobija favorita
10 Merienda	11 Fruta favorita	12 Nubes	13 En la puerta	14 En medias	15 En pijama	16 Blanco y negro
17 Baile	18 Foto de detalle	19 Flores	20 Sombrero	21 Familia	22 Accesorio	23 Animal
24 Caja de cartón	25 Paz	26 Líneas	27 Personaje favorito	28 Autoretrato	29 Café o té	30 Libro
31						

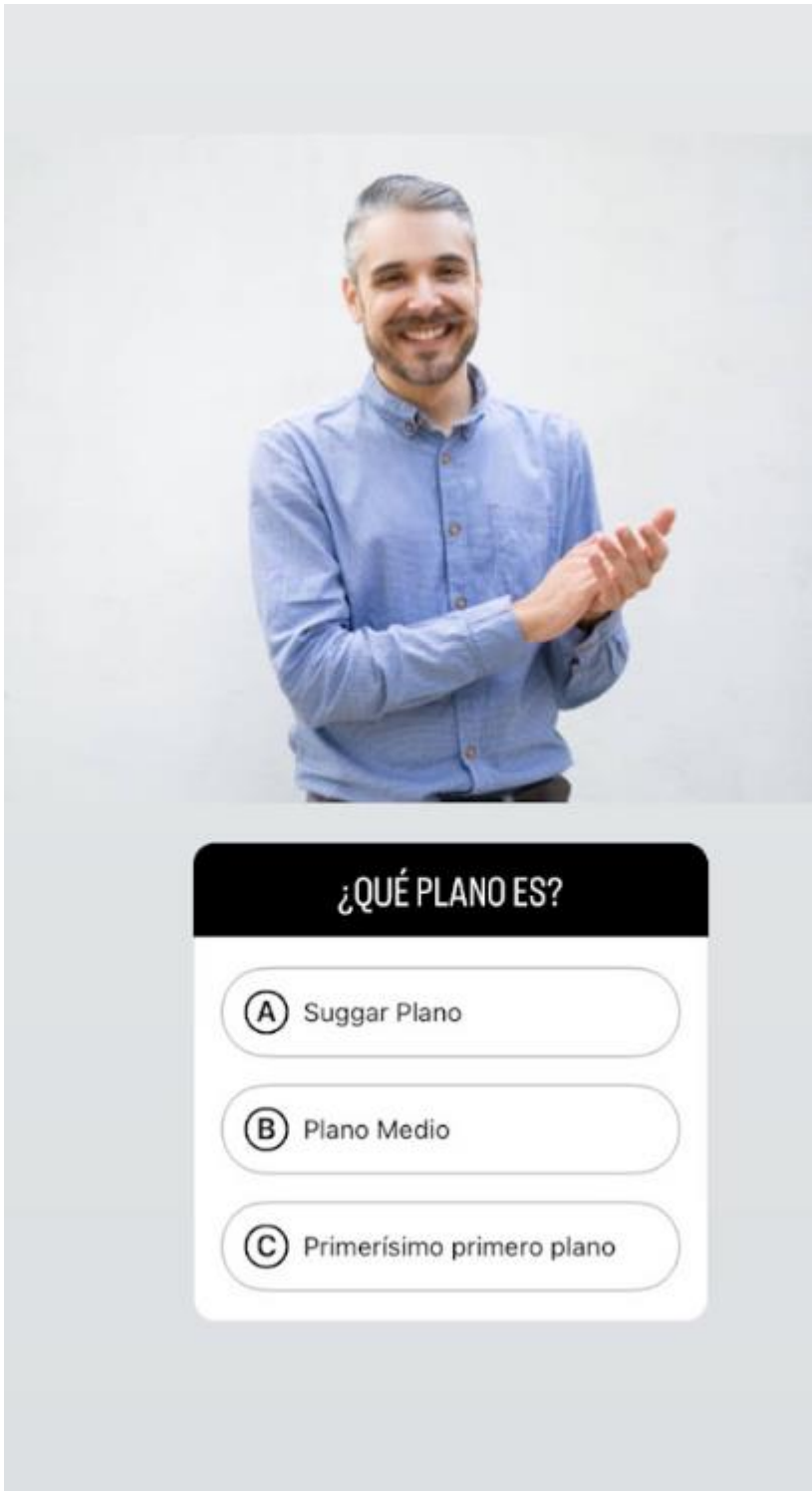
Pieza 17.



Pieza 18.1



Pieza 18.2



¿QUÉ PLANO ES?

(A) Suggar Plano

(B) Plano Medio

(C) Primerísimo primero plano

}

Pieza 18.3



¿QUÉ PLANO ES?

(A) Plano de detalle

(B) Plano general

(C) Plano americano

Pieza 18.4



¿QUÉ PLANO ES?

- (A) Plano de detalle
- (B) Plano americano
- (C) Primerísimo primer plano



¿QUÉ PLANO ES?

A Primer plano

B Plano general

C Plano Weck 😎

Pieza 18.6




**¿QUÉ PLANO ES?**

- (A) Plano bello
- (B) Plano medio
- (C) Primer plano



Pieza 18.7



**¿QUÉ PLANO ES?**

- (A)** Plano de detalle
- (B)** General largo
- (C)** Medio

Pieza 18.8

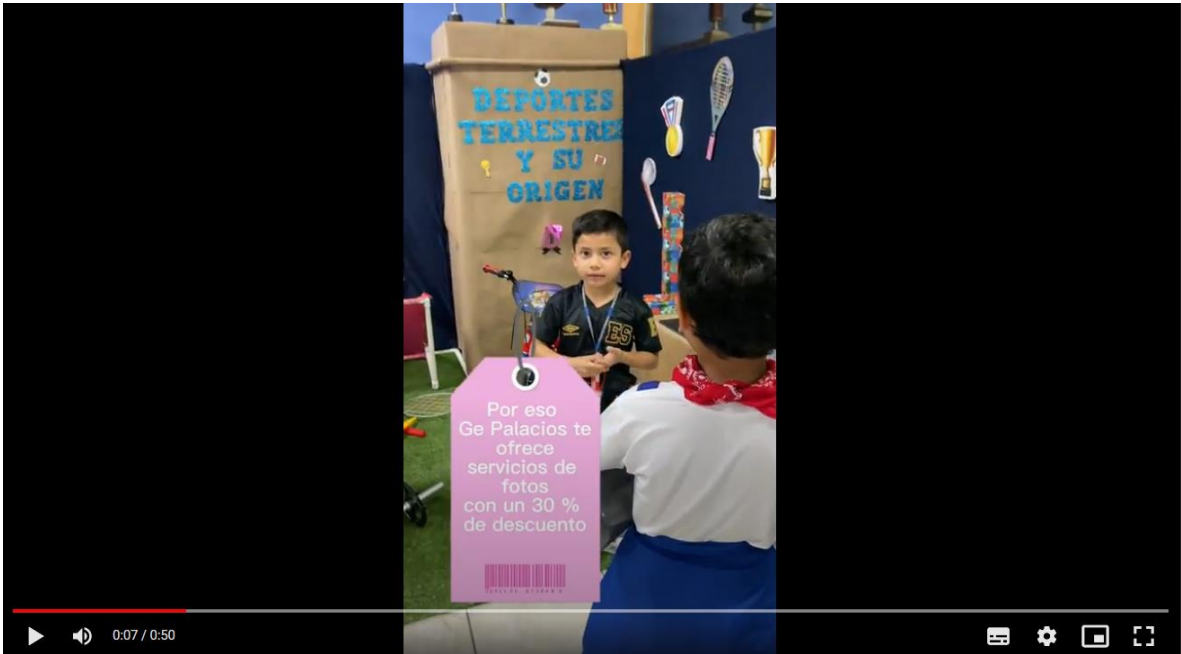
¿CUÁNTOS ACERTASTE ? 🙄



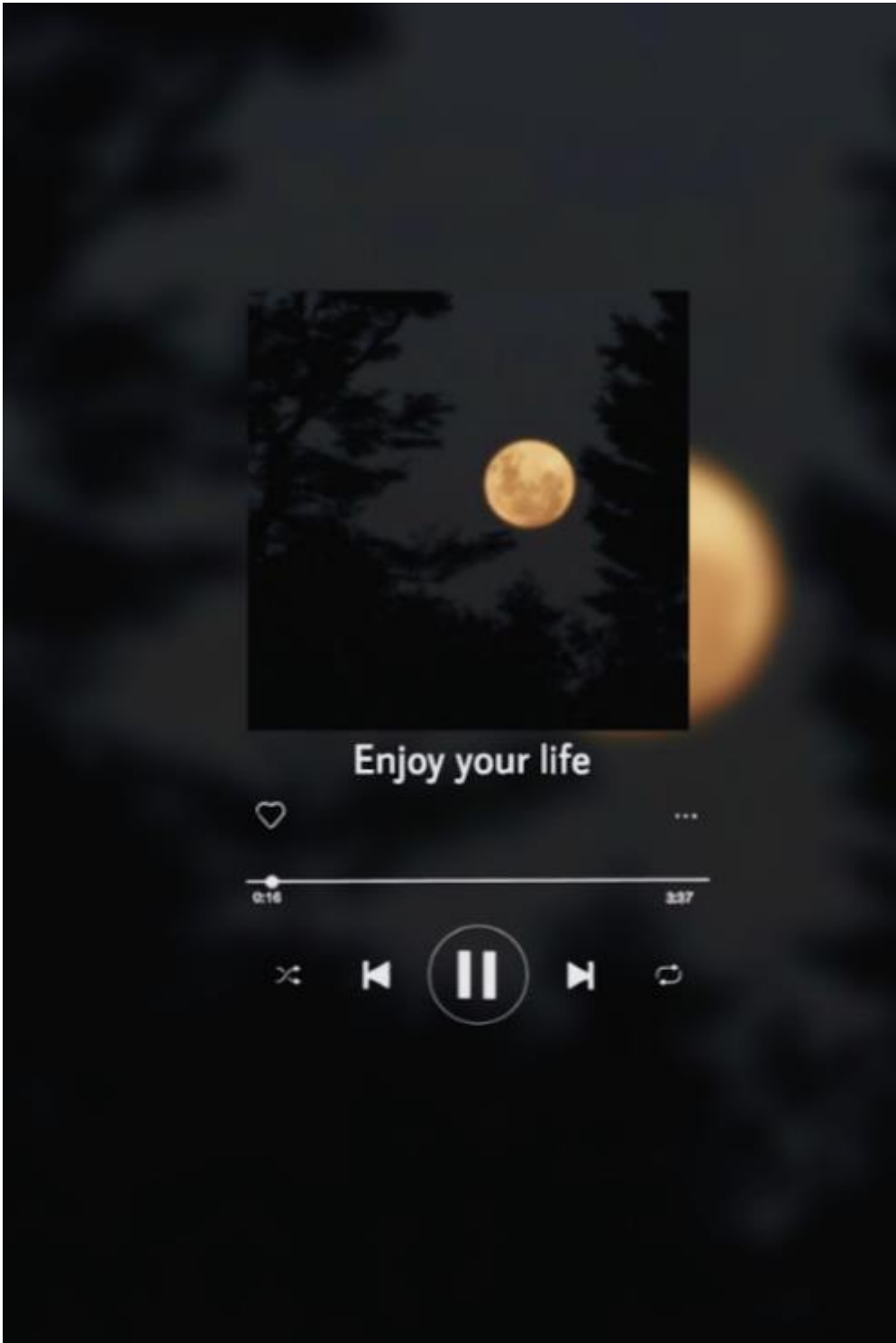
0 1 2 3 4 5 6 7



Pieza 19.



Pieza 20.





Pieza 22.1



Pieza 22.2



# MENU

## RERESTAURANT

calle ppal, col, los cedros, san vicent  
calle ppal, col, los cedros, san vicent  
calle ppal, col, los cedros, san vicent



### Burguers

**OPCION 1**

Hamburguesa + Papas + Soda + Sorbete	\$10
Hamburguesa Doble Carne + Papas + Soda	\$10

**OPCION 2**

Croasandwich + Papas + Soda	\$10
Hot dog + soda + papitas twister	\$8.99

**OPCION 3**

Hamburguesa + Papas + Soda + Sorbete	\$6.99
Hamburguesa de pollo + soda + papas	\$7.99

**OPCION 4**

Cafe + Porcion de Pastel	\$4.99
Flautas de Pollo + Soda + Papas Fritas	\$7.99

**EXTRAS**

Licudados	\$3.00	Refrescos	\$1.00
Jugos en lata	\$1.00	Cafe	\$1.00
Sodas	\$1.00	Sorbete	\$1.00

### DESSERTS

## Es Drinks

**OPCION 1**

Micheladas	\$6.99
Piña Colada	\$5.99

**OPCION 2**

Micheladas	\$6.99
Piña Colada	\$5.99

**OPCION 3**

Micheladas	\$6.99
Piña Colada	\$5.99

**OPCION 4**

Micheladas	\$6.99
Piña Colada	\$5.99

### Sandwich

Croasandwich + Papas + Soda	\$10
Hot dog + soda + papitas twister	\$8.99

Croasandwich + Papas + Soda	\$10
Hot dog + soda + papitas twister	\$8.99

Croasandwich + Papas + Soda	\$10
Hot dog + soda + papitas twister	\$8.99





**El gusto de mi café**



**Bebidas frías**

Café frío con coco	\$4.99
Frappé de mocca blanco	\$4.25
Affogato café	\$5.50
Smoothie de café	\$2.75
Agua fresca de café	\$2.25
Mocachino	\$3.00
Café Caramel machiatto	\$3.99



---

**Con licor**

Carajillo de mazapan	\$5.25
Carajillo	\$4.00
Café ruso	\$4.75
Mind eraser	\$4.00
Ruso blanco	\$4.75
Café espresso martini	\$5.75
Monte Cristo	\$4.50

**Bebidas calientes**

Café espresso	\$2.50
Café americano	\$2.25
Café latte	\$3.25
Café dalgona	\$2.75
Café especiado	\$1.75
Café lungo	\$1.75
Café romano	\$1.50





**La mejor sensación!**