

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



TÍTULO:

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA MARCA PERSONAL:
“MARTHA GUARDADO”**

PRESENTADO POR

BR. MARTHA VICTORIA GUARDADO REYES

(GR17106)

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

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

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

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR,
EL SALVADOR CENTROAMÉRICA, NOVIEMBRE 2024.**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

**INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA
RECTOR**

**DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN
VICERRECTORA ACADÉMICA**

**MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

**LICENCIADO PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA
SECRETARIO GENERAL**

**LICENCIADA ANA RUTH AVELAR
DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

**LICENCIADO CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA
FISCAL GENERAL**

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

**MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE
DECANO**

**MAESTRA MARÍA BLAS CRUZ JURADO
VICEDECANA**

**MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA
SECRETARIA**

**MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO
DIRECTORA ESCUELA DE POSGRADO**

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

Gracias a cada persona especial que formó parte de mi crecimiento profesional y personal en “la U”, a cada compañero/a, colega y amigo/a con quienes nos acompañamos en cada desvelo, frustración, viajes lejanos en busca de fuentes para nuestros reportajes; y por supuesto en cada momento satisfactorio al haber culminado con un trabajo. Gracias a todos con los que nos echamos la mano durante estos años en las aulas y en las calles, donde el periodismo se hace. Gracias a los que siguen en pie de lucha y a los que ya no están con nosotros físicamente.

Gracias a cada docente que marcó profundamente nuestra formación, que se interesó por preparar a periodistas con criterio, capaces de discernir, tener consciencia y no ser indiferentes ante las realidades del país. Gracias por hacer el intento y dar lo mejor de sí para entregar a la sociedad periodistas que, sin ánimos de romantizar, tengan convicción y estén comprometidos con la búsqueda de la verdad.

Gracias a cada fuente de información que, más allá de eso, fueron seres humanos que nos hicieron salir de nuestra burbuja y nos mostraron de cerca su realidad.

Gracias infinitas a mi madre, padre, hermana y hermano, abuelas y abuelos, por inspirarme a estudiar esta carrera, porque desde pequeña me educaron en la fe, me hablaron de unos pastores que, inspirados por el Evangelio, buscaban la justicia social y exigían el cese de los fratricidios, esos pastores que ahora uno es el primer santo del país, el otro beato, y otros miles mártires; me contaron también de las veces que tuvieron que enterrar sus biblias, de las veces que las fuerzas armadas los interceptaron de palabra o violentamente para descartar que fuesen “subversivos”, y un sinnúmero de cosas más que vieron y vivieron, y no quisiéramos que se repitan... No quisiéramos.

Por eso y mucho más su historia me inspiró a dedicar mis años de estudios universitarios a una profesión humanista y así poder ser una herramienta de cambio o una lupa que muestra lo que algunos no quieren que los demás observen y comprendan; en el periodismo lo encontré.

Gracias a Dios y a ustedes por ayudarme y permitirme llegar hasta aquí.

ÍNDICE

RESUMEN.....	8
INTRODUCCIÓN	9
SITUACIÓN DE MARCA PERSONAL.....	10
INFORMACIÓN DE LA MARCA	11
ANÁLISIS FODA.....	12
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA EN INSTAGRAM	14
FABY SALMERÓN.....	14
EDUARDO QUEZADA	16
ALONSO CALLES	18
EDUARDO GARCÍA	20
ALE LÓPEZ.....	22
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA EN LINKEDIN	24
ROSMERY HERNÁNDEZ	24
EDWIN BRIZUELA	25
LORENA CASTRO	26
STEVEN ANZORA	27
BUYER PERSONA PARA LINKEDIN	28
BUYER PERSONA 1	28
BUYER PERSONA 2	29
BUYER PERSONA 3	30
BUYER PERSONA INSTAGRAM	31
BUYER PERSONA 1	31
BUYER PERSONA 2	32
BUYER PERSONA 3	33
OBJETIVOS.....	34
OBJETIVO GENERAL 1	34
OBJETIVO ESPECÍFICO 1.1	34
OBJETIVO ESPECÍFICO 1.2.....	34
OBJETIVO GENERAL 2	34
OBJETIVO ESPECÍFICO 2.2.....	34

CANALES DIGITALES.....35

 LINKEDIN35

 INSTAGRAM35

LÍNEAS DE CONTENIDO INSTAGRAM36

KIP’S A MEDIR37

CALENDARIO DE CONTENIDOS38

 CALENDARIO INSTAGRAM38

 CALENDARIO DE LINKEDIN.....40

REFERENCIAS43

ANEXOS.....44

RESUMEN

El trabajo presentado a continuación consiste en la realización de una estrategia digital que permite posicionar una marca en medios digitales. Para llevar este conocimiento a la práctica, en esta oportunidad se tomaron como base dos redes sociales: Instagram y LinkedIn. A través del recorrido en ambas plataformas se pudo conocer cada herramienta que estas ofrecen para la creación y/o divulgación de contenidos de valor. El desglose de dicho método permite identificar la situación de la marca personal con la que se trabajó, a partir de un análisis FODA y el análisis comparativo de otros perfiles, con la finalidad de establecer una guía de cómo encausar un plan de trabajo adecuado a cada una de las redes sociales seleccionadas, tomando en cuenta los diferentes formatos que permiten y los tipos de audiencia que posee cada una. Asimismo, se toma en cuenta la medición de métricas según sea el caso, para reconocer si se logran los objetivos planteados en la estrategia digital, y si no, tomar planes de acción para que eso sea posible.

Palabras clave: redes sociales, estrategia digital, KPI's, Instagram, LinkedIn, fotografía, producción audiovisual.

INTRODUCCIÓN

A medida en que la tecnología demuestra nuevas posibilidades para la humanidad; los modos de comunicarse también han demostrado diversas innovaciones. Desde que se experimentó la digitalización en el siglo XXI, se ha podido visibilizar un alto impacto en la sociedad, ya que ha roto barreras y se han aumentado nuevas formas de comunicación a través de la virtualidad.

Esto ha sido posible con la invención del internet y distintas plataformas digitales que contribuyen desde la divulgación de ideas hasta la venta de productos o servicios. Estos nuevos modos de comunicarse se han extendido en diferentes ámbitos sociales y puede posicionarse tanto un ciudadano común, así como grandes empresas.

A raíz de esto, se puede visibilizar la importancia de saber cómo utilizar las herramientas que las plataformas digitales ofrecen; en este caso, se trabajó en una estrategia digital para Instagram y LinkedIn, con el objetivo de posicionar la marca personal Martha Guardado, la cual, ofrece servicios de fotografía y producciones audiovisuales.

Esta es una forma de aplicar lo estudiado en la academia y tener así un acercamiento a las formas de trabajo actuales en redes sociales y aprender sobre la importancia de conocer el nicho en el que una marca se quiere posicionar a partir de la construcción de una estrategia digital.

SITUACIÓN DE MARCA PERSONAL

En la época de los 90 y los inicios del 2000 fue muy común ver familias y muchas personas tomar fotografías y hacer videos en momentos especiales, en mi familia no fue la excepción. Desde pequeña recuerdo a mi mamá con una cámara en mano y por eso muchos álbumes en la casa. Tíos, primos, también tenían ese hobby y algunos de ellos lo elevaron al siguiente nivel brindando servicios profesionales de fotografía.

Es así como la marca Martha Guardado nace como un hobby de toda la vida y adquiere forma a partir de la experiencia que se ha generado gracias a las prácticas universitarias sobre fotografía, producción audiovisual, y los voluntariados realizados en torno a este rubro desde 2019 hasta 2023.

La marca aún se encuentra a un nivel intermedio con la visión de aumentar la calidad del trabajo, el equipo tecnológico y brindar mejores servicios.

En cuanto al equipo fotográfico se cuenta con una cámara Canon T7i que brinda excelente calidad en la fotografía y es apta para realizar videos; un lente básico 18-55 mm; un objetivo de 55-250 mm; un lente 10-18 mm; trípode; micrófonos: un iPhone 12 pro Max y un estabilizador.

Es un trabajo en marcha el brindar los servicios a través de redes sociales como marca, ya que el trabajo ha sido en modo FreeLancer gracias a conocidos y contactos de entidades que han buscado los servicios de Martha Guardado de forma personal.



Ilustración 1 banner de LinkedIn

INFORMACIÓN DE LA MARCA

Servicios profesionales que ofrece la marca:

La información descrita a continuación es un servicio que se realiza para coberturas de eventos institucionales tales como: empresas asociaciones, colegios, o iglesias.

1. Fotografía de eventos para redes sociales.

Este apartado consta únicamente de la toma de fotografías durante la cobertura del evento y posteriormente la edición de estas, la entrega es únicamente digital.

2. Fotografía y video de evento para redes sociales

En este paquete de servicios se incluye la cobertura del evento con fotografía y video; asimismo, la posterior edición de cada uno de los productos, adaptados a la difusión de redes sociales. La entrega es únicamente digital.

Los siguientes apartados describen servicios profesionales que se ofrecen para eventos sociales tales como: fiestas de cumpleaños, matrimonios y demás.

1. Fotografía de evento social

Este servicio consiste en realizar cobertura de fotografías durante el evento con posterior edición de las mismas la entrega del producto final será en digital y una parte impresa.

2. Fotografía y video de evento social

En este servicio se realiza cobertura fotográfica y audiovisual del evento con posterior edición de los mismos. La entrega del producto final es digital y en físico, una parte de las fotografías se imprimen y el 100% de fotografías elegidas junto con el audiovisual se entregan almacenados en una memoria USB.

ANÁLISIS FODA

Fortalezas:

- Preparación universitaria.
- Experiencia en fotografía periodística y de eventos.
- Experiencia en creación de contenido audiovisual.
- Recursos tecnológicos aptos para brindar un servicio de buena calidad.
- Manejo de programas de edición de fotografía y video.
- Precios accesibles para comenzar.

Debilidades:

- Aún no ha sido posible adquirir un flash propio o luces led para mejorar la iluminación de las fotografías y videos en algunos casos.
- Falta formación en más programas de edición de vídeo, como es el caso de Adobe After Effects y otros, para mejorar producciones audiovisuales.
- Se necesita una laptop que contenga mayor almacenaje y rendimiento para correr los programas de edición sin mayor dificultad.

Oportunidades:

- Crear contenido de valor en RRSS para que conozcan y se identifiquen con la marca y adquieran los servicios.
- Que el contenido que se cree sea realista y reconozca las necesidades de los clientes y así crear una comunidad que además de adquirir el servicio lo recomiende.
- Comenzar a atraer a clientes que de momento no poseen mucho presupuesto y necesitan un servicio profesional de fotografía y video.
- Establecer el diferenciador de mi marca.

Amenazas:

- Hay muchísimos colegas en el área de fotografía de eventos.

- Hay empresas o instituciones que tienen su propio departamento de comunicaciones, por lo tanto, no buscan fotógrafos independientes.
- Hay personas que no contratan fotógrafos para sus eventos (bautizos, bodas, 15 años, cumpleaños, etc.), ya que prefieren que alguien les tome fotografías con el celular.

Luego de haber planteado cada uno de estos puntos dentro del FODA, se puede valorar que Martha Guardado es una marca que cuenta con suficientes recursos para brindar un servicio profesional aceptable en el ámbito de la fotografía y producciones audiovisuales.

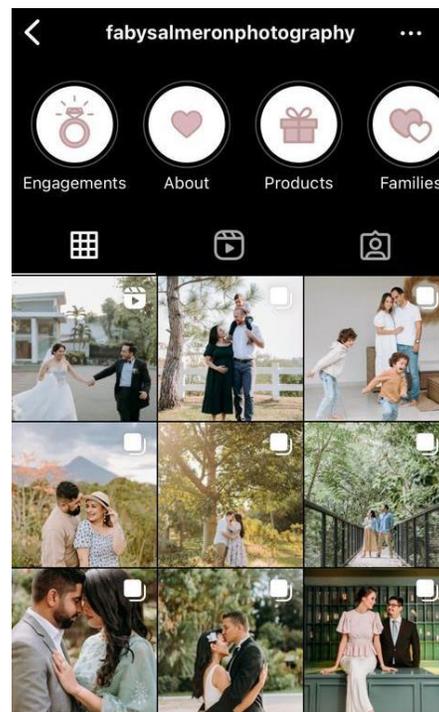
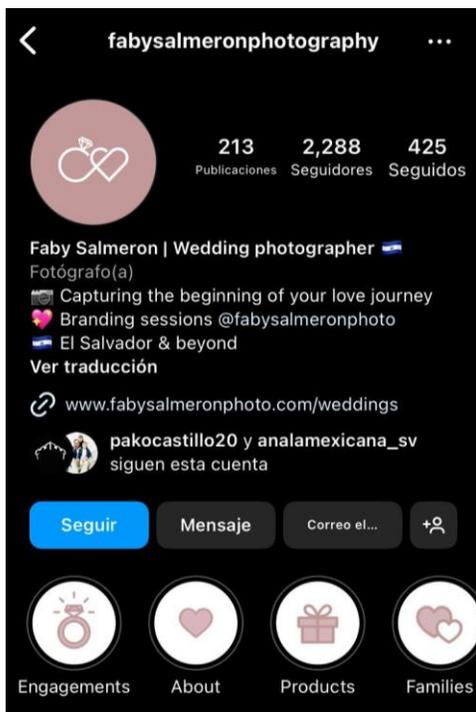
Cuenta con precios accesibles para emprender en este rubro y poco a poco hacerse de más equipo tecnológico que aumente el valor y calidad del trabajo, así como auxiliares que también contribuyan a esa misión.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA EN INSTAGRAM

FABY SALMERÓN

@fabysalmeronphotography

- Fotógrafa de bodas.
- Ubicación en san salvador.
- Posee 213 publicaciones: 1 reel, 212 de fotografías y 7 apartados de historias destacadas.
- Cuenta con 2,288 seguidores y 425 seguidos.
- Su primera publicación fue el 30 de septiembre de 2015 y la más reciente fue el 24 de mayo 2023.
- Sus likes rondan entre los 35 y 200.
- El reel cuenta con 1,155 reproducciones y 63 likes.
- Tiene una línea gráfica definida que se distingue por un isotipo que tiene como foto de perfil, y los fondos de las historias destacadas.



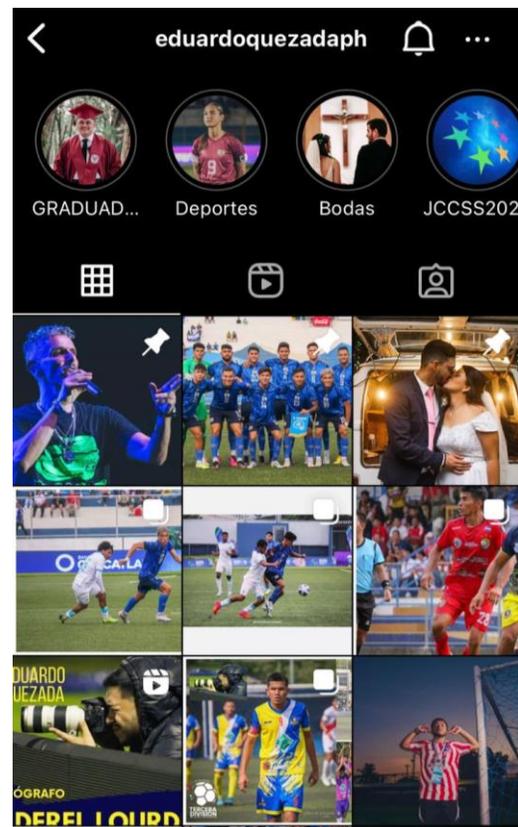
- No maneja un estilo de feed estructurado pero sus fotos son limpias, elegantes y llamativas.
- Su estilo de edición se caracteriza por tonos fríos, matices suaves y sin exagerar la intensidad en los colores.
- Utiliza SEO y hashtags.
- En sus copys cuenta las experiencias de cada sesión e intenta interactuar con su público haciendo preguntas.
- En la descripción muestra el link de su página web para consultar información más detallada.
- Utiliza fotografías en los 3 formatos que permite instagram (1080x1080, 1080x1350, 1080x566).

Esta marca es una extensión de la página principal “fabysalmeronphoto” donde hay contenido más variado e interactivo, por ello podría considerarse que no tiene más material llamativo en este perfil de referencia, tal como: reels, publicaciones para venta o historias más frecuentes, ya que se enfoca más en la página principal.

EDUARDO QUEZADA

@eduardoquezadaph

- Fotógrafo de deportes, bodas y otros eventos.
- Se ubica en el salvador pero no especifica departamento.
- Posee 164 publicaciones: 16 reels, 148 de fotografías y 15 apartados de historias destacadas.
- Cuenta con 792 seguidores y 1,151 seguidos.
- Su primera publicación fue el 23 de marzo de 2022 y la más reciente fue el 22 de agosto de 2023.
- Sus likes rondan entre los 10 y 80.
- El reel más visto tiene 2,191 reproducciones y 82 likes.
- No tiene logo de marca pero utiliza una foto personal de perfil.
- No posee línea gráfica.

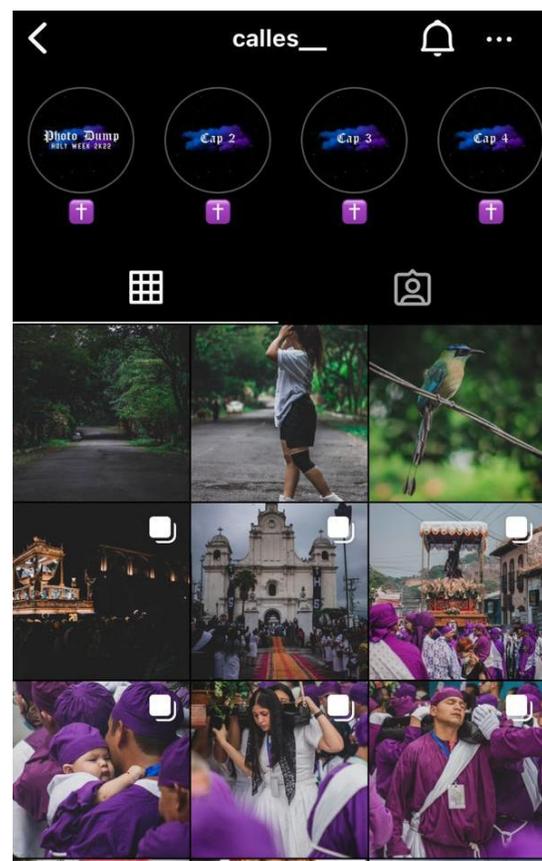
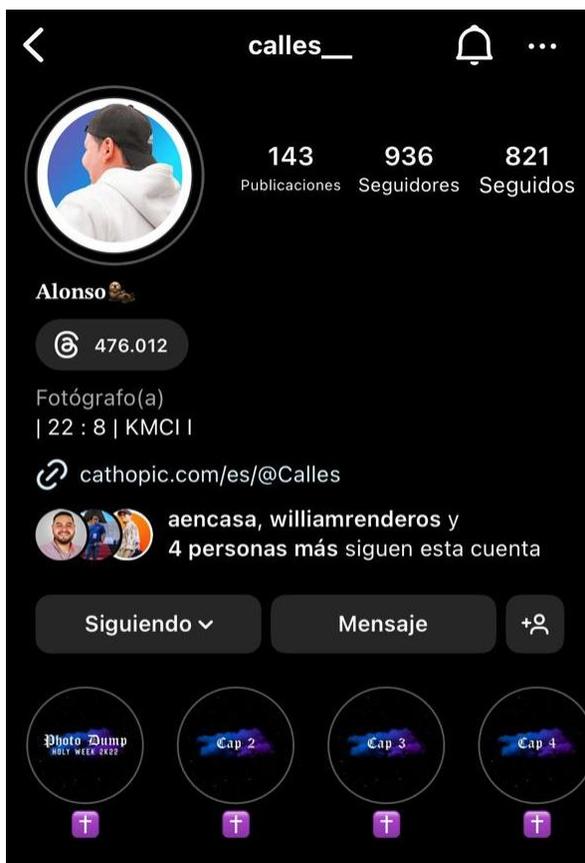


- No maneja un estilo de feed estructurado y las fotografías están intercaladas entre las de deportes, bodas, eventos institucionales, y demás.
- Su estilo de edición se caracteriza por tonos cálidos, algunas con colores tenues con bajo contraste, y otras con máscara.
- Utiliza SEO y hashtags.
- En sus copys cuenta hace breves descripciones de cada evento y elementos técnicos y equipo con el realizó las fotografías, no hay interacción con su público.
- La descripción de su perfil está optimizada y posee correo electrónico.
- Utiliza fotografías en los 3 formatos que permite instagram (1080x1080, 1080x1350, 1080x566).

ALONSO CALLES

@calles__

- Fotógrafo de eventos religiosos, y de fotografía documental.
- No especifica ubicación.
- Posee 143 publicaciones sin reels.
- Cuenta con 936 seguidores y 821 seguidos.
- Su primera publicación fue el 5 de septiembre de 2017 y la más reciente fue el 21 de agosto 2023.
- No tiene disponible la opción de ver la cantidad de likes.
- No tiene logo y utiliza una fotografía de perfil. posee una línea gráfica que se destaca únicamente en la foto de perfil y en los fondos de las historias destacadas.



- No posee un estilo de feed estructurado.
- Su estilo de edición lo maneja con uniformidad a partir de septiembre de 2022, y, aunque sus fotografías sean de eventos variados, logra mantener un equilibrio.
- Utiliza seo y hashtags.
- En sus copys cuenta las experiencias de cada sesión, no interactúa con el público.
- Le falta optimización a su descripción pero sí está categorizado como fotógrafo.
- Utiliza fotografías en los 3 formatos que permite Instagram (1080x1080, 1080x1350, 1080x566).

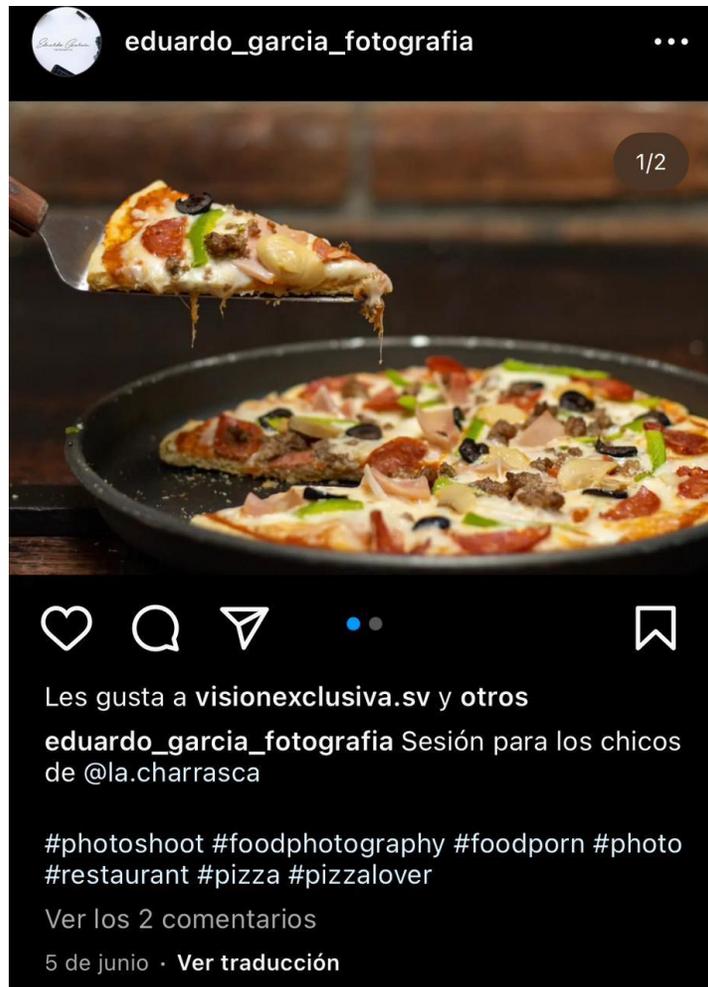
EDUARDO GARCÍA

@eduardo_garcia_fotografia_

- Fotógrafo de todo tipo de eventos.
- Ubicación en Santa Ana.
- Posee 246 publicaciones: 15 reels y 231 sobre fotografías, no tiene historias destacadas.
- Cuenta con 915 seguidores y 224 seguidos.
- Su primera publicación fue el 8 de marzo de 2018 y la más reciente fue el 2 de septiembre de 2023.
- No tiene disponible ver la cantidad de likes en todas las publicaciones.
- El reel más visto cuenta con 4,520 reproducciones.
- Su feed no muestra línea gráfica pero su foto de perfil tiene un logotipo que lleva su nombre.



- No maneja un estilo de feed estructurado.
- Su estilo de edición no se caracteriza por un preset o estilo único debido a la variedad de fotografías que realiza, tales como: bodas, sesiones personales, comida y cumpleaños, aun así, se destacan los colores cálidos en diferentes tonalidades.
- Utiliza seo y hashtags.
- En sus copys cuenta las experiencias de cada sesión e intenta interactuar con su público y añade información de contacto.
- En la descripción muestra el link de su portafolio realizado en Canva.
- Utiliza fotografías en los 3 formatos que permite Instagram (1080x1080, 1080x1350, 1080x566).



ALE LÓPEZ

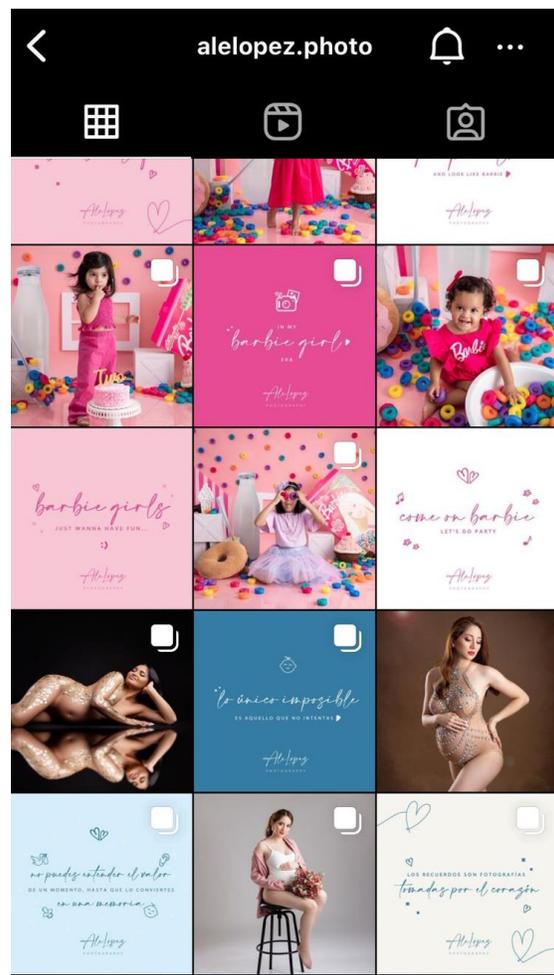
@alelopez.photo

- Fotógrafa de maternidad y familia.
- Ubicación en San Salvador.
- No realiza coberturas, únicamente trabaja en estudio.
- Posee 3,465 publicaciones entre reels y fotografías.
- Cuenta con 23.3 mil seguidores y 2,143 seguidos.
- Su primera publicación fue el 30 de septiembre de 2015 y la más reciente fue el 24 de mayo 2023.
- Sus likes rondan entre los 90 y 1,500.
- Su reel más visto posee 128 mil reproducciones.
- Tiene una línea gráfica definida que se distingue por un logotipo que tiene como foto de perfil, y los fondos de las historias destacadas. Además, tiene fuentes tipográficas definidas que utiliza siempre aunque por temporadas haga cambios de colores.



- Maneja un estilo de feed con estructura de ajedrez
- Utiliza SEO y hashtags.
- En sus copys cuenta las experiencias de cada sesión.
- En la descripción muestra un número de teléfono para agendar sesiones.
- Utiliza fotografías en los 3 formatos que permite instagram (1080x1080, 1080x1350, 1080x566).

La marca Ale López trabaja en un rubro fotográfico diferente al de Martha Guardado, pero, se tomó a bien analizarlo por su estrategia y el trabajo de marca personal en Instagram. Se podría decir que Ale López puede tomarse como un referente, ya que ha logrado crear una comunidad grande de seguidores que no solo admiran sus productos, sino que lo consumen. y al tratarse de una fotógrafa de maternidad que también es mamá, ha logrado conectar con muchas mujeres a través de las experiencias personales que comparte.

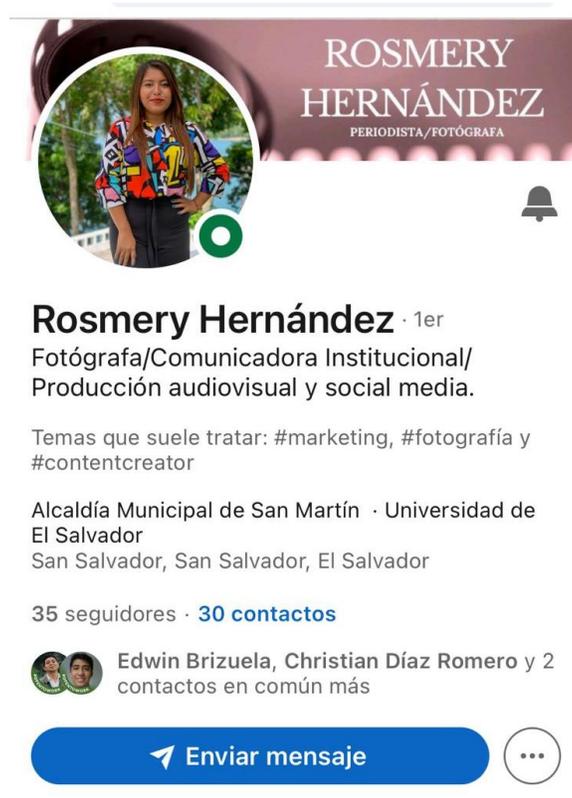


ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA EN LINKEDIN

ROSMERY HERNÁNDEZ

- Periodista, fotógrafa, comunicadora institucional.
- 36 seguidores y 30 contactos.
- Ubicación san salvador.
- Aún no ha realizado ni compartido publicaciones.
- Actualmente trabaja en la alcaldía municipal de San Martín.
- Perfil identificado con foto y cover

El perfil de Rosmery Hernández parece ser nuevo en LinkedIn y por ello aún no hay publicaciones y más información respecto a su experiencia profesional y académica. No posee información de contacto completa. Puede mejorar su descripción agregando más palabras clave que detallen su trabajo y que la posicionen en el motor de búsqueda.



Rosmery Hernández · 1er
Fotógrafa/Comunicadora Institucional/
Producción audiovisual y social media.

Temas que suele tratar: #marketing, #fotografía y #contentcreator

Alcaldía Municipal de San Martín · Universidad de El Salvador
San Salvador, San Salvador, El Salvador

35 seguidores · **30 contactos**

Edwin Brizuela, Christian Díaz Romero y 2 contactos en común más

Enviar mensaje

Actividad

35 seguidores

✓ Siguiendo

Rosmery aún no ha publicado nada

EDWIN BRIZUELA

- Fotógrafo y egresado de periodismo.
- 51 contactos y 53 seguidores
- Aún no ha realizado publicaciones propias pero sí ha compartido.
- Actualmente está en busca de empleo.
- Perfil identificado con fotografía y cover.

El perfil de Edwin no está muy activo actualmente en relación a las publicaciones. Puede mejorar su descripción agregando más palabras clave que detallen su trabajo y que la posicionen en el motor de búsqueda.



The image shows a LinkedIn profile card for Edwin Brizuela. It includes a circular profile picture with a green border and the text "#OPENTOWORK" and a green checkmark. The cover photo features a landscape with a sunset and the text "EDWIN BRIZUELA" and "edalex.brizuela@gmail.com". Below the profile picture is a bell icon. The name "Edwin Brizuela" is followed by "· 1er" and "Fotógrafo - Egresado de Universidad de El Salvador en Periodismo". The location is listed as "La Tribuna Hispana USA · Universidad de El Salvador" and "San Salvador, San Salvador, El Salvador". There are "51 contactos" and a list of mutual contacts including "Christian Díaz Romero, José Marroquín y 3 contactos en común más". A blue button says "Enviar mensaje" with a paper plane icon and a three-dot menu icon. Below that, a light blue box contains the text "En busca de empleo" and "Cargos de Especialista en comunicaciones,..." with a link "Mostrar detalles".

Datos destacados

LORENA CASTRO

- Fotógrafa, periodista y especialista en marketing digital.
- 101 seguidores y 91 contactos.
- ubicación en san salvador.
- No tiene publicaciones propias pero sí compartidas.
- Actualmente trabaja en Emaya.
- Perfil identificado con fotografía y cover.

El perfil de Lorena no está muy activo actualmente en relación a las publicaciones. Pero tiene actualizada toda su información de contacto, profesional, y académica.



Lorena Castro · 2°
Periodista | Fotógrafa | Especialista en marketing digital

EMAYA · Universidad de El Salvador
San Salvador, El Salvador

101 seguidores

  Edwin Brizuela, Christian Díaz Romero y 2 contactos en común más

[+ Seguir](#) [Enviar mensaje](#) 

Datos destacados



Estudiasteis en Universidad de El Salvador

Estudiasteis en Universidad de El Salvador de 2018 a 2023

STEVEN ANZORA

- Productor audiovisual, fotógrafo y periodista.
- 68 contactos y 68 seguidores.
- Aún no ha realizado publicaciones propias pero sí ha compartido una.
- Actualmente está en busca de empleo y presta servicios de filmación y fotografía

El perfil de Steven no está activo actualmente en relación a las publicaciones. su experiencia profesional y académica está detallada, mientras que la información de contacto no. puede mejorar su descripción agregando más palabras clave que detallen su trabajo y que la posicionen en el motor de búsqueda.



Steven Anzora · 2°
Productor audiovisual | Fotógrafo | Periodista

Universidad de El Salvador
Quezaltepeque, La Libertad, El Salvador

68 contactos

 Edwin Brizuela, Christian Díaz Romero y 2 contactos en común más

[Conectar](#) [Enviar mensaje](#) [...](#)

En busca de empleo
Cargos de Fotógrafo, Periodista audiovisual...
[Mostrar detalles](#)

Actividad
68 seguidores

Steven Anzora ha compartido esto · 4 meses

BUYER PERSONA PARA LINKEDIN

BUYER PERSONA 1

MARICELA CABRERA

Características:

Edad: 36

Ubicación: San Salvador

Puesto laboral: jefa de comunicaciones

Descripción: Maricela es jefa de comunicaciones en un un ministerio de gobierno desde hace 1 año. Es licenciada en comunicaciones y especializada logística y protocolo, y marketing digital.

Temores: Maricela está a cargo del departamento de audiovisuales, redes sociales, y community manager. Le preocupa el tener poco personal y necesita a 1 fotógrafo, 1 videógrafos y 2 creadores de contenido ya que se aproximan varios eventos que está organizando y deben cubrirse

Pasatiempo: utiliza mucho las redes sociales ya que su trabajo se lo exige y porque le gusta estar al pendiente de cada tendencia. Últimamente se ha enfocado en LinkedIn porque está en busca de candidatos para los puestos que necesita y ha realizado algunas publicaciones para comunicar dicha necesidad.

BUYER PERSONA 2

CAROLINA FUENTES

Características:

Edad: 28 años

Ubicación: Santa Tecla

Puesto laboral: Community Manager

Descripción: carolina estudió mercadeo en la universidad José Matías delgado y se especializó en redes sociales. Actualmente es cm en el Colegio Guadalupano en San Salvador.

Temores: el año escolar está por terminarse y necesitan implementar estrategias de comunicación con contenido audiovisual para promover las matrículas del año 2024. Por ello necesitan un fotógrafo y auxiliar de cámara en producción de video y le preocupa no encontrarlo a tiempo.

Pasatiempo: disfruta de ir al gimnasio cuatro veces por semana, y le gusta tomar fotografías en sus paseos con familiares o amigos.

BUYER PERSONA 3

WILFREDO RENDEROS

Características:

Edad: 40 años

Ubicación: San Salvador

Puesto laboral: administrador de empresa

Descripción: estudió Administración de Empresas en la Universidad de El Salvador, tiene maestrías en recursos humanos y se ha especializado en mercadotecnia y RRSS. Actualmente trabaja en USAID y se encarga del reclutamiento de recurso humano en las diferentes áreas.

Temores: Wilfredo está trabajando de la mano con el director general de comunicaciones, ya que quieren crear un departamento grande para realizar producciones audiovisuales y crear contenido para redes sociales y contenido informativo interno. Por ello, buscan a jóvenes entre 23 a 30 años que han estudiado comunicaciones y carreras afines, que presenten su portafolio de trabajos realizados y les preocupa no encontrar el equipo adecuado.

Pasatiempo: en sus tiempos libres estudia cursos de arte culinario le gusta ir al cine con sus amigos.

BUYER PERSONA INSTAGRAM

BUYER PERSONA 1

JOSÉ LÓPEZ

Características:

Edad: 32

Ubicación: Antiguo Cuscatlán

Puesto laboral: Docente

Descripción: José es docente de educación media en el colegio campo verde, tiene un salario de \$825 al mes. Vive solo y tiene un noviazgo de 7 años y hace unos meses le propuso matrimonio a su novia.

Temores: a José le preocupa que le cobren un precio demasiado caro en relación a la calidad del trabajo que le entreguen. También le preocupa que no se capturen los momentos importantes de la ceremonia.

Pasatiempo: Los fines de semana y los viernes que sale temprano aprovecha el tiempo con su novia para planear los detalles de la boda.

BUYER PERSONA 2
ALEXANDRA CASCO

Características:

Edad: 30

Ubicación: Santa Tecla

Puesto laboral: Enfermera

Descripción: Alexandra es enfermera en un hospital privado desde hace 5 años, tiene un salario de \$900. Vive con su mamá y dos hermanas menores.

Temores: Le preocupa no encontrar un fotógrafo que no se ajuste a su presupuesto.

Pasatiempo: Le gusta optar por formaciones continuas relacionadas a su carrera, convive mucho tiempo con su madre y familia, le gusta cocinar.

BUYER PERSONA 3
GACIELA REYES

Características:

Edad: 37 años

Ubicación: San Salvador

Puesto laboral: Abogada

Descripción: carolina es graduada de ciencias jurídicas en la uca, actualmente trabaja como abogada especializada en derecho penal en un despacho jurídico. su salario es de \$1,200. trabaja de lunes a viernes en horario de 8:00-5:00 y se moviliza en su propio vehículo.

Temores: le preocupa que el servicio que contrate sea de mala calidad.

Pasatiempo: Va a la Iglesia dos veces por semana, le gusta ir a actividades ecuestres, le apasiona leer.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL 1

Posicionar la marca Martha Guardado en San Salvador y Santa Tecla a través de Instagram.

OBJETIVO ESPECÍFICO 1.1

Realizar 2 publicaciones y 3 historias por semana.

OBJETIVO ESPECÍFICO 1.2

Crear contenido de valor para dar a conocer los servicios de la marca Martha Guardado.

OBJETIVO GENERAL 2

Dar a conocer la marca Martha Guardado en LinkedIn.

OBJETIVO ESPECÍFICO 2.1

Realizar 2 publicaciones cada semana.

OBJETIVO ESPECÍFICO 2.2

Aumentar el número de contactos.

CANALES DIGITALES

LINKEDIN

Es una red social que permite registrar y dar a conocer la trayectoria profesional de los usuarios y también es una excelente herramienta para compartir contenido de valor con la red.

Es por ello que la marca Martha Guardado se ha introducido a esta plataforma para posicionarse como un perfil que posee diferentes requisitos que los contratantes están buscando.

Se busca conectar con perfiles de reclutadores de medios de comunicación que requieran periodistas para desempeñar cargos de fotografía o realización de noticias. También, se pretende conectar con empresas y marcas que requieran servicios de community manager, copywriters, o creadores de contenido.

INSTAGRAM

Es una red social que permite registrar y dar a conocer la trayectoria profesional de los usuarios y también es una excelente herramienta para compartir contenido de valor con la red.

Es por ello que la marca Martha Guardado se ha introducido a esta plataforma para posicionarse como un perfil que posee diferentes requisitos que los contratadores están buscando.

Se busca conectar con perfiles de reclutadores de medios de comunicación que requieran periodistas para desempeñar cargos de fotografía o realización de noticias. También, se pretende conectar con empresas y marcas que requieran servicios de community manager, copywriters, o creadores de contenido.

Se utilizaron estas plataformas ya que son un espacio idóneo para cumplir los objetivos de la marca y ofrecen las herramientas necesarias para que eso sea posible. Tanto Instagram como LinkedIn son redes sociales con las que se pueden dar a conocer los servicios que se ofrecen y el trabajo como una muestra de los resultados que el cliente puede obtener.

LÍNEAS DE CONTENIDO INSTAGRAM

CONTENIDO DE BRANDING

- Establecer línea gráfica.
- Historia de la marca.

CONTENIDO DE INERACCIÓN

- Realización de historias al menos 3 veces por semana.
- Responder comentarios a publicaciones.
- Responder mensajes directos.

CONTENIDO DE VALOR

- Publicar reels, fotografías, carruseles de trabajo realizado.

CONTENIDO DE VENTA

- Piezas gráficas sobre los servicios que ofrece la marca.

LINEAS DE CONTENIDO LINKEDIN

CONTENIDO DE BRANDING

- Establecer línea gráfica.
- Dar a conocer historia de la marca.
- Compartir logros y experiencias obtenidas.

CONTENIDO DE VALOR

- Infografías.
- Tips.
- Piezas gráficas educativas sobre comunicaciones y marketing digital.

KIP'S A MEDIR

Las Key Performance Indicator, que en español significa Clave de Desempeño o Medidor de Desempeño, son una serie de métricas que se utilizan en cualquier área de negocio y para Marketing, con el fin de ayudar a tomar las mejores decisiones respecto a la etapa en la que se encuentre la marca. En el caso de la marca Martha Guardado se buscará medir las KPI's con los siguientes elementos:

OBJETIVO GENERAL 1	Posicionar la marca Martha Guardado en San Salvador y Santa Tecla a través de Instagram.
OBJETIVO ESPECÍFICO 1.1: Realizar 2 publicaciones y 3 historias por semana.	OBJETIVO ESPECÍFICO 1.2: Crear contenido de valor para dar a conocer los servicios de la marca Martha Guardado.
KPI'S: Cantidad de interacciones y rango de alcance.	KPI'S: Analizar la cantidad de nuevos seguidores y potenciales clientes.

OBJETIVO GENERAL 2	Dar a conocer la marca Martha Guardado en LinkedIn.
OBJETIVO ESPECÍFICO 2.1: Realizar 2 publicaciones cada semana.	OBJETIVO ESPECÍFICO 2.2: Aumentar el número de contactos.
KPI'S: Cantidad de interacciones, reacciones y alcance.	KPI'S: Analizar la cantidad de nuevos conectes y aumento de red.

CALENDARIO DE CONTENIDOS

CALENDARIO INSTAGRAM

CALENDARIO DE CONTENIDO INSTAGRAM						
#	Día	Fecha	Hora	Link de pieza	Copy	Descripción
1	sábado	16-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/19-37QLGT1rG3CPpUjH5Niibz95jG6vGd/view?usp=drive_link	No lleva copy	Historia de interacción
2	domingo	17-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/1dSozUGtEewE6eWbrHLQV4Foku_GV4tOE/view?usp=sharing	No lleva copy, agregar encuesta de IG y enumerar cada imagen del collage.	Historia de interacción
3	lunes	18-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/1DK3n0eRgaOqwOasRl61rJR1at-qbwXzp/view?usp=drive_link	No lleva copy, agregar encuesta de IG y enumerar cada imagen del collage.	Historia de interacción
4	martes	19-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/17hWnnTUA8ZTI3ZRkYU55oWQjpUZhOMcD/view?usp=drive_link	No lleva copy, agregar encuesta de IG y enumerar cada imagen del collage.	Historia de interacción
5	miércoles	20-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/1ZsG54DZ-YjBhK6Bp4ks3lXilWROfEvd/view?usp=drive_link	💕💖 Atesora los momentos especiales de los peques de tu hogar. 📷 Cubrimos bautizos, primeras comuniones y confirmas. ➡️ Reserva al 7089-7163.	Post de venta
6	jueves	21-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/1MZMaWX6Up1il_QjLip8tHBMbG4Fd7UVO/view?usp=drive_link	Los 15 años son un momento especial para inmortalizarlo en fotos. 📷👇 ¡Será un placer ayudarte a que sea así! ➡️ Reserva al 7089-7163.	Post de venta
7	viernes	22-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/1gRza5Y7tBApU9J0J4W2QSyoYNgRhajmw/view?usp=drive_link	📷👉 Guarda cada emoción y cada momento de ese gran día para los dos. ¡Será un placer ayudarte a capturar cada detalle! ➡️ Reserva al 7089-7163. #weddingphoto	Post de venta
8	sábado	23-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1kByxS8XmMthvZi2vwO6KCMA12z78GyP?usp=drive_link	En las diferentes coberturas realizadas, tuve la oportunidad de colaborar con Lumen El Salvador para cubrir la JMJ en Lisboa y estos fueron los resultados de la vigilia con el Papa. 🌟📷	Post de trabajo realizado, fotografías

9	domingo	24-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/1aln1edTY1EviPwN8NORWgZ1zg5kmdcia/view?usp=drive_link	"En la Iglesia hay lugar para todos" -Papa Francisco, JMJ Lisboa 2023. 🙌📷	Post de trabajo realizado, Reel
10	lunes	25-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1o8T9vN3akgDu54l7hJr-Xl1j_jkVc8cB?usp=drive_link	Cobertura del Encuentro Carismático Católico Latinoamericano realizado en San Salvador. 📷	Post de trabajo realizado, fotografías
11	martes	26-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/1efd_ldmSI7dRpSrurGriF-kbY_ScosU7/view?usp=drive_link	Nos encanta capturar los momentos felices en tus celebraciones familiares. 🙌📷😄	Post de trabajo realizado, una fotografía.
12	miércoles	27-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1-9zymF8q7-LZQbNcr_hE0obeyUGVgN-j?usp=drive_link	En las diferentes coberturas realizadas, tuve la oportunidad de colaborar con Lumen El Salvador para cubrir la JMJ en Lisboa y estos fueron los resultados de la misa final y de envío con el Papa. 🙌📷 Donde se anunció que la próxima JMJ será en Corea del Sur.	Post de trabajo realizado, fotografías
13	jueves	28-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/1FGmQxld9bCC4DE27G9gpEy7oJNQyl4Sc/view?usp=drive_link	"Dios te ve como un rostro concreto" -Papa Francisco, JMJ Lisboa 2023. 🙌📷	Post de trabajo realizado, fotografías
14	viernes	29-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1-CWpRdmUz2fsCwtyDtEdi7eGS1zE9tES?usp=drive_link	Audiencia General del Papa en Roma, posterior a la JMJ en Lisboa, como parte de la cobertura especial para Lumen El Salvador. 🙌📷	Post de trabajo realizado, fotografías
15	sábado	30-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/drive/folders/1-DIX_hWWGDKqf7q-5ZjWd9GltuzeKoOL?usp=drive_link	Presentación del Paln Pastoral de la Asamblea Diocesana en Chalatenango. 📷	Post de trabajo realizado, fotografías

CALENDARIO DE LINKEDIN

CALENDARIO DE CONTENIDO LINKEDIN						
#	Día	Fecha	Hora	Link de pieza	Copy	Descripción
1	sábado	16-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/1irkflmhYbn8E3LOA0tis1ABvYLc5qL-B/view?usp=drive_link	¡Hola Red! 😊 Hoy les comparto un poco de lo que he aprendido en la formación que recibí como parte del voluntariado en Radio Paz. 🎧 Estos son algunos ejercicios para activar los músculos de la cara y facilitar un mejor manejo dicción y fluidez al momento de hablar.	Infografía
2	domingo	17-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/1_di4ccE3Zaf3cYxf1atvHjEnvx7YdFNf/view?usp=sharing	¡Hola! Anteriormente les compartí unos ejercicios para activar los músculos del rostro. 😊 En esta ocasión les comparto algunos ejercicios de lectura que aprendí durante mi formación en Radio Paz. 🎧 Estos ejercicios no son útiles tanto para quienes están en la radio como para las personas que están constantemente en presentaciones y ponencias. Así que, si quieres mejorar tu dicción, fluidez y manejo de vos, puedes poner en práctica estos ejercicios que personalmente han sido de mucha utilidad y nos ayudan a mejorar con la práctica.	Infografía
3	lunes	18-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/18SWPVQCfLNkbgYukDU4pTO2pxgIF2WfX/view?usp=sharing	📷 Hace poco me encontré con esta frase y me recordó lo importante que es para un Fotoperiodista estar cerca de los hechos que se cubren, no solo en referencia a la proximidad física, sino que esa "cercanía" que se genera a partir del interés de informarse de la realidad y sobre todo escuchar a quienes viven inmersas en ella, solo así un encuadre y el foco de interés en una fotografía puede adquirir más sentido.	Imagen
4	martes	19-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/1s1fBp-8Vq9DwOdtgFVgQ9V7IZE89bkBA/view?usp=drive_link	La primera vez que escuché de George Orwell fue en la universidad cuando leímos Rebelión en la Granja y 1984, desde allí comencé admirar su trabajo como periodista y escritor. Esta frase que les comparto hoy me recuerda la importancia del trabajo periodístico, de ese "ojo" que se debe tener para investigar y ver más allá de lo que tenemos a la vista, a través de la capacidad de cuestionar y analizar lo que vemos. 📷	Imagen

5	miércoles	20-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/1vZCv6JSJoILWeOWEu4t2WbNtnVqk3jSk/view?usp=drive_link	En las formaciones y en las experiencias donde he tenido la grata oportunidad de hablar ante un micrófono, he entendido la importancia de cada uno de estos criterios para desenvolverme mejor, pulir mi dicción, educar mi voz y expresar mis ideas claramente. Desde la primera vez que lo hice hasta hoy, he podido notar una diferencia, y ese es el reto, formarme y practicar para superarme a mí misma con cada experiencia. 🖋️😊	Imagen
6	jueves	21-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/11aGqNC0hWliLk3lRotQnhAWyoLGgVRI2/view?usp=drive_link	Algunos tips que nos ayudan a expresarnos mejor. 😊	Infografía
7	viernes	22-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/1fDfg--9KUL_ABb0srWeS3Yi5yHPyu1V9/view?usp=drive_link	El expresarse en público a veces resulta ser toda una batalla interna, pero para evitarlo práctica estos tips. 😊	Infografía
8	sábado	23-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/1Jbv84SkFA0P0otyJkkTOZoeebpbyJ4kb/view?usp=drive_link	¿Tú qué agregarías? 🤔😏📷	Imagen
9	domingo	24-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/1jlvYxol_GDvzv7193l8GMvfef030TkuL/view?usp=drive_link	Para armar un buen equipo de multimedia es necesario tener claras las tareas de un CM. 😊📱📺	
10	Lunes	25-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/1aVZUP5ZLznU9j12UmmFAHgAwNit186Pm/view?usp=drive_link	Un elemento indispensable para todo comunicador es ✨ una correcta ortografía ✨ ya que es una herramienta con la que podemos expresar mejor nuestras ideas en las diferentes formas creativas que se nos puedan ocurrir. 🔄😞	Infografía
11	martes	26-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/17CF8Va_O3BW8XXKzCJTmFXTsIWQu_PNI/view?usp=drive_link	En el trabajo de nuestra marca es importante realizar una introspección e identificar si no estamos cometiendo alguno de estos errores. 🗣️😊	Infografía
12	miércoles	27-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/1AzX2FLNOvkdAhoPRbMqnWGFZE95BQwhP/view?usp=drive_link	Si estás trabajando en tu marca deberías leer esto 😊🗣️	Infografía
13	jueves	28-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/1jyV30dAQ5tHdsKrs_ic_1q1E8O1N-dm8/view?usp=drive_link	Evita estos errores si estás en cabina de radio. 😞🗣️	Infografía
14	viernes	29-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/1axWjlgZlZo3TjfKrotLxqXx1VfG48Un1/view?usp=drive_link	Si estás en la radio evita estos errores. 🗣️💣	Infografía

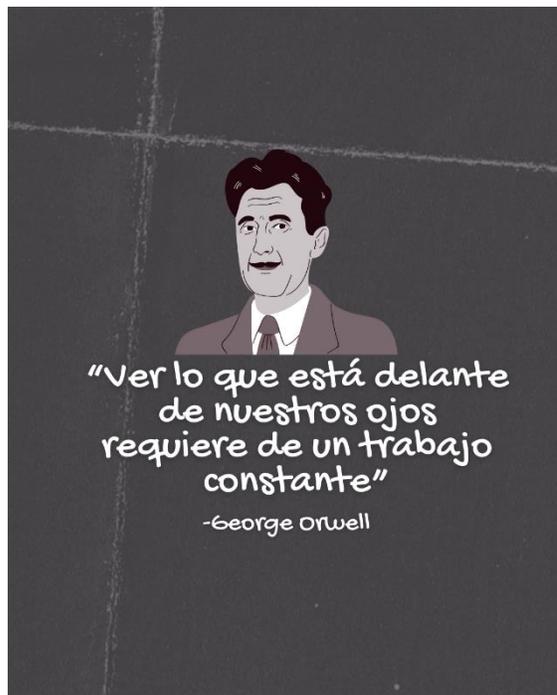
15	sábado	30-sept-23	6:00 pm	https://drive.google.com/file/d/1CYJCA5gGSNJGzyu6pPFHIXOn8WzAsXcU/view?usp=drive_link	<p>Esta frase del comunicador y capacitador radiofónico, José Ignacio López Vigil, dijo esta frase que muy bien aplica para la comunicación comunitaria, como para la radio y diferentes ámbitos donde se tiene la capacidad de llegar a otros. Esta frase nos recuerda del compromiso de estar informados y tener conocimiento de todo lo que compartimos cuando tenemos el privilegio de hablar a través de un micrófono y ser escuchados a través de una radio. 🌟📻🔗</p>	Infografía
----	--------	------------	---------	---	--	------------

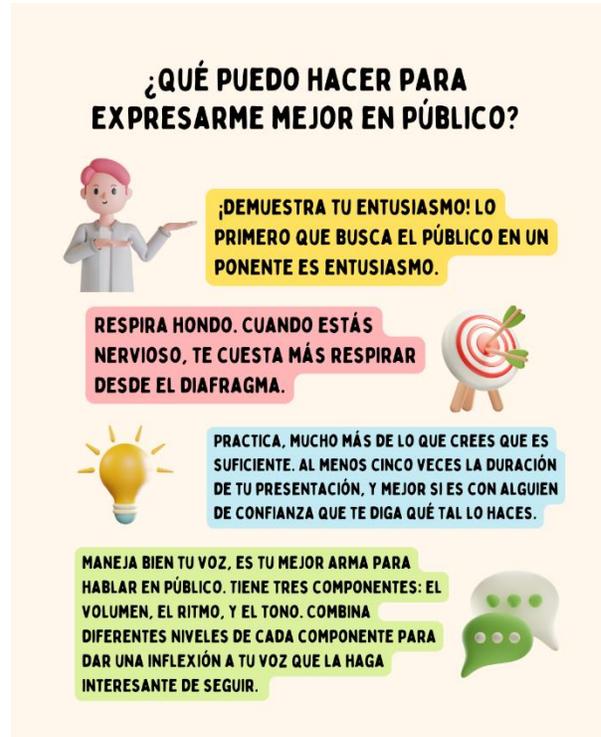
REFERENCIAS

- Amortegui, T. (30 de septiembre de 2022). *RD Station*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/blog/es/que-es-instagram/>
- Calles, A. (2023). *Instagram*. Obtenido de https://www.instagram.com/calles__?igsh=MWY3dHIwajY0c2J3
- García, E. (2023). *Instagram*. Obtenido de https://www.instagram.com/eduardo_garcia_fotografia?igsh=MWN0ZDEybGp6MnB1OA==
- ISDI. (2021). *ISDI*. Obtenido de Digitalent group: <https://www.isdi.education/es/blog/que-es-un-kpi-y-para-que-sirve>
- LinkedIn. (2023). *LinkedIn* . Obtenido de <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a551392/-que-es-linkedin-y-como-puedo-usarlo-?lang=es-ES>
- López, A. (2023). *Instagram*. Obtenido de <https://www.instagram.com/alelopez.photo?igsh=MW00aGt5a2dhajd2Ng==>
- Quezada, E. (2023). *Instagram*. Obtenido de <https://www.instagram.com/eduardoquezadaph?igsh=Z2tzNHBtdGwwa3Nk>

ANEXOS

Piezas gráficas para LinkedIn





TAREAS

de un Community Manager

1 Reforzar la comunidad.

2 Establecer un calendario de publicaciones

3 Planear un marketing de contenidos adecuados.

4 Monitorizar a la competencia

5 Identifica tendencias y sabe realizar análisis



ORTOGRAFÍA PARA LA VIDA



permite expresar ideas claras y precisas.



Permite que el destinatario obtenga la perspectiva que se desea transmitir.



Refleja nuestra personalidad y forma de ser.

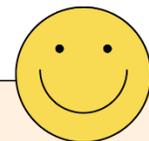


Es una muestra de nuestro profesionalismo.

ERRORES COMUNES AL CREAR UNA MARCA



Recomendaciones para gestionar tu marca



Mostrarse activo y siempre visible en las redes sociales

Esto incrementará la cantidad de seguidores y el alcance social. Un perfil estático solo genera perjuicios a la identidad personal.

Aprovechar el storytelling para dar a conocer la propuesta de valor

La narración tiene un gran poder y es capaz de dejar una impresión duradera en las emociones y memoria de los demás.

Crear una marca visual para elementos relevantes

Por ejemplo, para un blog personal, currículum o tarjeta de negocio. Si bien este tipo de elementos son usados mayormente por empresas, un profesional también puede hacerlo.

Mantener la declaración de posicionamiento de marca hasta que sea memorable

El mensaje para mostrar la marca personal puede cambiar, pero no tan a menudo.

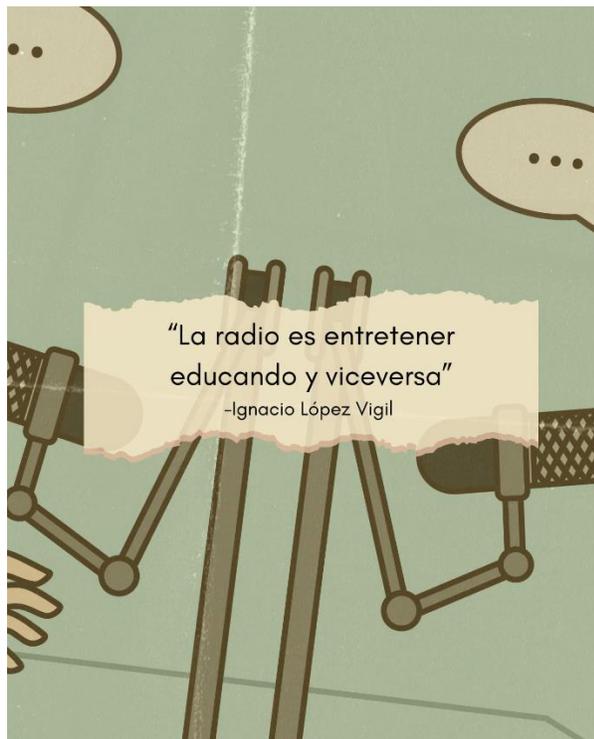
X Evita cometer estos **ERRORES** en la **RADIO**

- 1 No identificar la emisora ni mencionar su marca.
- 2 No vender los beneficios que percibe el oyente.
- 3 Caer en el narcisismo y no dar lo que quiere la audiencia.



X Evita cometer estos **ERRORES** en la **RADIO**

- 1 No preparar lo que se dirá y hará.
- 2 Ignorar que se es parte de un equipo.
- 3 No promover la programación que hay además del propio turno.



Piezas gráficas y fotografías para Instagram.



Fotografía y video de boda 

\$400

- 300 fotografías editadas
- 50 fotografías impresas
- 1 video de 30 minutos
- 1 video de 6 minutos

Reserva al 7089-7163



Servicio fotográfico

\$150

- 200 FOTOGRAFÍAS DIGITALES EDITADAS
- 20 FOTOS IMPRESAS
- \$1.50 POR CADA FOTOGRAFÍA DIGITAL EXTRA
- \$2.50 POR CADA FOTOGRAFÍA IMPRESA EXTRA

Reserva: 7089.7163



Servicio fotográfico

\$150

- 200 FOTOGRAFÍAS DIGITALES EDITADAS
- 20 FOTOS IMPRESAS
- \$1.50 POR CADA FOTOGRAFÍA DIGITAL EXTRA
- \$2.50 POR CADA FOTOGRAFÍA IMPRESA EXTRA

El texto del párrafo

Reserva: 7089.7163

¿ESTÁS POR CASARTE Y BUSCAS IDEAS DE FOTOGRAFÍAS QUE TE GUSTARÍA RECREAR?

¡Esta semana te compartiré algunas ideas que seguramente te encantarán!



NO OLVIDES ESCRIBIRME PARA AYUDARTE A RECREAR ESOS MOMENTOS Y CADA DETALLE DE TU GRAN DÍA.



¿Cuál te gustaría recrear con tus amigos?



¿Cuál te gustaría con tu damas?



Ideas para fotos de anillos