

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



**TÍTULO:**

***ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA MARCA  
PERSONAL: “CARLOS CORNEJO”***

**PRESENTADO POR:**

**JUAN CARLOS FLORES CORNEJO**

**CARNÉ:**

**(FC17010)**

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

**DOCENTE DEL CURSO**

**LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ**

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

**MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

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

**OCTUBRE DE 2024**

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**RECTOR**

MAESTRO. JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA

**VICERRECTORA ACADÉMICA**

DOCTORA. EVELYN BEATRIZ FARFAN MATA

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

MAESTRO. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

**SECRETARIO GENERAL**

LICENCIADO. PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA

**FISCAL GENERAL**

LICENCIADO. CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA

**DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

LICENCIADA. ANA RUTH AVELAR

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

**DECANO**

MAESTRO. JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA

**VICEDECANA**

MAESTRA. MARIA CRUZ JURADO

**SECRETARIA**

MAESTRA. NATIVIDAD DE LAS MERCEDES TESHÉ PADILLA

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

**JEFE:**

LICENCIADO. EDIS EDGARDO MONGE

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN**

LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

## **AGRADECIMIENTOS**

Con profunda estima y reconocimiento, extendo mi más sincera gratitud a mis catedráticos, quienes con su dedicación docente y su inestimable guía han sido esenciales en la dirección y el enriquecimiento del desarrollo de aptitudes y conocimientos que me permitirán desenvolverme en la sociedad, poniendo en alto el nombre del Alma Mater.

Mi gratitud se extiende a la Universidad de El Salvador, bastión de excelencia académica, que ha fomentado el desarrollo de un espíritu crítico esencial para los desafíos que se presentarán en mi siguiente etapa.

A mis abuelos: Carlos Ofilio Henríquez Cañas y María Magdalena Cornejo de Henríquez por haber sido los pilares que guiaron mis esfuerzos para culminar esta etapa, a mi madre: María Félix Peraza por su apoyo incondicional en cada reto que me presentó la carrera, a mi hermano: Isaías Ernesto Benítez Peraza, por aportar espíritu y nobleza cuando fue necesario.

A mis compañeros y amigos que me impulsaron a desarrollar habilidades dentro de las distintas áreas de estudio, especialmente a María José Rodríguez por su amistad incondicional y sincera.

Y sin dejar atrás a mis tíos Isaías Cornejo y Víctor Manuel Cornejo que de una u otra manera han estado presentes en este camino, apoyándome.

Agradezco profundamente a Dios por ser el autor de mi vida y darme el privilegio de entrar y culminar la carrera que a título personal considero la profesión y el oficio más hermoso del mundo y es el periodismo.

## ÍNDICE

<b>CONTENIDO</b>	<b>No. DE PÁGINA</b>
RESUMEN .....	7
INTRODUCCIÓN .....	8
SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA .....	9
Presentación.....	9
Servicios y productos .....	9
OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA .....	12
1. OBJETIVO GENERAL .....	12
2. OBJETIVO GENERAL .....	12
1.1.OBJETIVO ESPECÍFICO .....	12
1.2.OBJETIVO ESPECÍFICO .....	12
2.1. OBJETIVO ESPECÍFICO .....	12
2.2. OBJETIVO ESPECÍFICO .....	12
KPI'S.....	13
FODA .....	14
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	15
BUYER PERSONA .....	17
CANALES DIGITALES .....	21
Instagram .....	21
Linkedin .....	22
LÍNEAS DE CONTENIDO .....	24
BIBLIOGRAFÍA DE LA MARCA.....	26
CALENDARIO DE CONTENIDO .....	27
ANEXOS .....	43

## RESUMEN

A continuación, se presenta la estrategia de la marca personal Carlos Cornejo, desarrollando paso a paso, la creación, planificación, estructuración y posicionamiento de dos redes sociales completamente diferentes en cuanto a contenidos, algoritmos, alcances y públicos meta, presentando un mayor reto a nivel profesional, que permitirá desarrollar y fortalecer las tácticas del community manager. LinkedIn e Instagram, son dos redes sociales creadas con objetivos y metas diferentes, pero en la praxis los conocimientos de marketing digital se podrán aplicar estableciendo parámetros que permitan hacer visible los servicios fotográficos de la marca, para llegar a cada uno de los posibles clientes, independientemente de la red social que tengan por preferencia, permitiendo ampliar el mercado. El documento hace un recorrido desde la situación actual de la empresa, pasando por los objetivos, el FODA, las KPI'S, las líneas de contenido, una breve descripción de los canales digitales usados en la estrategia; hasta llegar a un análisis exhaustivo de la competencia que permite desarrollar estrategias para posicionar los servicios a partir de las fortalezas de la Marca y las debilidades de la competencia. Por último, se presenta una estructura de planificación para calendarizar con anticipación los contenidos de la marca, permitiendo al community manager tener un mayor control de las estrategias que buscan reforzar el posicionamiento de Carlos Cornejo, como el servicio número uno en cuanto a calidad y precio en el mercado de los servicios fotográficos y cobertura de eventos multimedia.

**Palabras clave:** KPI'S; Marketing Digital; FODA; Fotografía; Buyer Person; LinkedIn; Instagram.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo desarrolla la primera entrega de la Estrategia Digital LinkedIn-Instagram, aplicando los conocimientos brindados a lo largo de la especialización Medios Digitales y RRSS.

Con la creación de la marca personal, en este caso "Carlos Cornejo"; se busca crear estrategias que permitan potenciar las habilidades personales para aplicarlas en el mundo laboral.

Para tener una idea de lo que actualmente se está desarrollando se ha analizado en cada red social los perfiles de profesionales de nuestro país, viendo su alcance, fortaleza y debilidades. Cada red social posee un público diferente, lo que implica, que no son las mismas estrategias digitales para cada una.

Para finalizar, se añade una serie de Buyer Person, siendo estos los perfiles de clientes potenciales que adquieran los servicios establecidos por la marca personal.

## **SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA**

### **Presentación**

Carlos Cornejo es producto de la pasión por la fotografía y la satisfacción de ver plasmados en una imagen los mejores momentos de sus clientes. El compromiso por capturar esos instantes irrepetibles es la principal motivación de la marca.

La marca ofrece servicios de fotografía, video y edición multimedia, sus principales líneas de trabajo son los eventos sociales y coberturas empresariales.

Carlos Cornejo nace el 01 de septiembre de 2023 como una propuesta fotográfica de calidad que busca fidelizar una cartera de clientes de manera orgánica.

### **Eventos sociales**

- Bodas, quince años, convivios, cumpleaños

### **Coberturas empresariales**

- Coberturas de eventos, reuniones, conciertos, ferias de logros.

## **Servicios y productos**

### **Fotografía video edición**

- Conocimiento de múltiples técnicas fotográficas.
- Versatilidad en cuanto al manejo de equipos, conocimiento tanto en Android, IOS, cámaras réflex y mirrorless.
- Asesoría de poses y expresiones a partir de la intención que se busca comunicar con la campaña fotográfica.

### **Video**

- Conocimiento de planos y movimientos de la cámara para ofrecer un producto dinámico.
- Versatilidad en cuanto al manejo de equipos, conocimiento tanto en Android, IOS, cámaras réflex y mirrorless.

### **Edición**

- Manejo de programas de edición tanto en celular como computadora
- Edición de fotografía: Lightroom, Photoshop, Afinity Desing
- Edición de video: CapCut, Filmora Go, Premiere

Carlos Cornejo ofrece ofrece tres paquetes para su cartera de clientes, cada uno, ajustando a las necesidades que esté presente.

- **Básico**
- **Advance**
- **Premium**

## **PAQUETE BÁSICO**

### **INCLUYE**

- Cobertura por una hora.
- 30 fotografías en formato digital.
- Retoque fotográfico en 10 fotos de su elección.

### **FORMATO DE PAGO**

- 20% Del total----- Para reservar fecha.
- 50% Del total----- El día del evento.
- 30% Del total----- Contra entrega de la carpeta digital.

**COSTO TOTAL DEL PAQUETE----- \$99.95**

## **PAQUETE ADVANCE**

### **INCLUYE**

- Cobertura por una hora.
- 30 fotografías en formato digital.
- Retoque fotográfico en 10 fotos de su elección.
- Video editado de 1 minuto.

### **FORMATO DE PAGO**

- 20% Del total----- Para reservar fecha.
- 50% Del total----- El día del evento.
- 30% Del total----- Contra entrega de la carpeta digital.

**COSTO TOTAL DEL PAQUETE----- \$149.95**

## **PAQUETE PREMIUM**

### **INCLUYE**

- Cobertura por dos horas.
- 60 fotografías en formato digital.
- Retoque fotográfico en 20 fotos de su elección.
- Video editado de 10 minuto.

### **FORMATO DE PAGO**

- 20% Del total----- Para reservar fecha.
- 50% Del total----- El día del evento.
- 30% Del total----- Contra entrega de la carpeta digital.

**COSTO TOTAL DEL PAQUETE----- \$199.95**

## **OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA**

### **1. OBJETIVO GENERAL**

Aumentar en un 50% las contrataciones de servicios fotográficos, a través de Instagram, durante el tercer trimestre de 2024. Manejo de programas de edición tanto en celular como computadora Edición de fotografía: Lightroom, Photoshop, Afinity Desing Edición de video: CapCut, Filmora Go, Premiere

### **2. OBJETIVO GENERAL**

Incrementar en un 50 % la comunidad de Instagram y LinkedIn durante un año.

#### **1.1 OBJETIVO ESPECÍFICO**

Mejorar en un 25% el engagement de las publicaciones en Instagram durante el primer semestre del 2024.

#### **1.2 OBJETIVO ESPECÍFICO**

Incrementar en un 50% el alcance de las publicaciones en Instagram, con el uso de hashtag, durante el primer semestre de 2024.

#### **2.1. OBJETIVO ESPECÍFICO**

Llegar a los 1000 seguidores en Instagram durante el último semestre de 2024.

#### **2.2. OBJETIVO ESPECÍFICO**

Creer en un 50% el número de conexiones en LinkedIn durante el último semestre de 2024.

## **KPI'S**

- Se analizarán distintas métricas para medir los resultados de los objetivos.
- El primero será la cantidad de veces que se dio clic en los botones de compra, los swipe ups y los sms directos a la bandeja de entrada.
- Se tendrán que evaluar los comentarios y me gusta para verificar el engagement.
- Y, por último, el número de impresiones del post, en cuanto a los alcances, revisar el número de no seguidores que ven el contenido publicado y a su vez el número de veces que se compartió el contenido.
- Se analizará el número de nuevos seguidores y el número de visitas al perfil.
- A su vez, se observará el número de nuevas conexiones.

## **FODA**

### **Fortalezas**

- Presencia de la marca en redes con conocimientos de posicionamiento digital y SEO.
- Portafolio digital, disponible para los clientes.
- Cámara fotográfica y equipo de iluminación propio.

### **Oportunidades**

- Los eventos sociales incrementan durante el último trimestre del año, aumentando la oferta laboral.
- Adquisición de un dron, ya que se cuenta con los conocimientos sobre su uso.

### **Debilidades**

- No contar con un estudio fotográfico propio.
- Falta de equipo (Dron) para ofrecer a los clientes.

### **Amenazas**

- Entrada de nuevos competidores.
- Existe bastante competencia en mi sector

### **Conclusión sobre FODA**





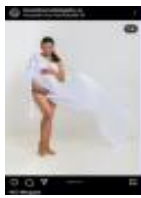
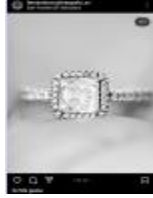
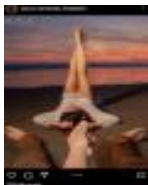

- La marca tiene potencial y las herramientas necesarias para fidelizar una cartera de clientes, contar con equipo propio es una ventaja y tener los conocimientos para crecer de manera orgánica en redes sociales aporta un plus.
- Es necesario más equipo fotográfico a mediano plazo, para ampliar los servicios y convertirse en una marca competitiva a nivel regional.

### **Visión a futuro sobre FODA**

- Posicionar la marca Carlos Cornejo como un referente en fotografía de eventos, creando una comunidad de al menos 10 mil seguidores en un año.
- Aumentar la red de servicios con la adquisición de más y mejor equipo fotográfico.
- Generar una cartera de clientes donde el sello de confianza sea la calidad de los resultados ofrecidos.

## ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

NOMBRE	URL	PERFIL	COMENTARIO
Alonso Kenriquez	<a href="https://www.linkedin.com/in/alonso-kenriquez-b007a4162">https://www.linkedin.com/in/alonso-kenriquez-b007a4162</a>		<p>Cuenta con un portafolio profesional, su actividad dentro de la plataforma es mensual y su perfil no cuenta con números de contacto.</p>
Otto López	<a href="https://www.linkedin.com/in/otto-l%C3%B3pez">https://www.linkedin.com/in/otto-l%C3%B3pez</a>		<p>No cuenta con un logo de marca, su actividad dentro de la aplicación se basa en compartir contenido de otros perfiles.</p>
Erika Rodríguez	<a href="https://www.linkedin.com/in/erika-rodriguez-088a7457">https://www.linkedin.com/in/erika-rodriguez-088a7457</a>		<p>Cuenta con un logo, su actividad dentro de la plataforma es escasa, dentro de su presentación no cuenta con números de contacto.</p>

NOMBRE	URL	PUBLICACIÓN CON MAYOR NÚMERO DE LIKES	PUBLICACIÓN CON MENOR NÚMERO DE LIKES	Las cuentas de la competencia poseen una media de 100 likes por publicación.
FERNANDO MIGUEL ORANTES	<a href="https://instagram.com/fmoraantesphoto?igshid=MzRIODBiNWFIZA==">https://instagram.com/fmoraantesphoto?igshid=MzRIODBiNWFIZA==</a>	 <p>175</p>	 <p>39</p>	La cuenta con mayor número de seguidores es de Fernando Cruz con más de 4 mil seguidores.
JHONATAN MONTANO	<a href="https://instagram.com/jhonontanofoto?igshid=MzRIODBiNWFIZA==">https://instagram.com/jhonontanofoto?igshid=MzRIODBiNWFIZA==</a>	 <p>67</p>	 <p>17</p>	Ninguna cuenta crea contenido de valor, solo se dedican a postear fotografías.
FERNANDO CRUZ FOTOGRAFO SV	<a href="https://instagram.com/fernadocrufotografosv?igshid=MzRIODBiNWFIZA==">https://instagram.com/fernadocrufotografosv?igshid=MzRIODBiNWFIZA==</a>	 <p>461</p>	 <p>52</p>	Los ángulos y planos son repetitivos y no hay innovación. Todas las marcas cuentan con equipo fotográfico de alta gama.
JOSUE HERNÁNDEZ	<a href="https://instagram.com/josuehernandzfotografo?igshid=MzRIODBiNWFIZA==">https://instagram.com/josuehernandzfotografo?igshid=MzRIODBiNWFIZA==</a>	 <p>355</p>	 <p>32</p>	Todas las marcas cuentan con equipo fotográfico de alta gama.

## BUYER PERSONA

### HÉCTOR RODRIGUEZ

#### DATOS PERSONALES

- ✓ **Género: Masculino**
- ✓ **Edad: 28--33 años**
- ✓ **Profesión: Contador**
- ✓ **Estado Civil: Soltero**

#### PERFIL

- Héctor se encuentra planeando pedirle matrimonio a su novia Ya tiene el anillo, el lugar y últimamente sus búsquedas en Instagram se centran en fotografías, él quiere que uno de los momentos más importantes de su vida quede capturado en una imagen.
- Busca encontrar un fotógrafo freelancer porque considera que las agencias fotográficas inflan demasiado los precios, se toma su tiempo revisando los perfiles, porque quiere los mejores resultados al mejor precio.
- María es el nombre de su prometida y tienen cuatro años de noviazgo.
- Su salario mensual ronda los 800 dólares, libres de impuestos.
- Espera poder encontrar un fotógrafo con el cual quedar satisfecho, pues su objetivo es recontractarlo para su boda.

### SOFÍA SALINAS

#### DATOS PERSONALES

- ✓ **Género: Masculino**
- ✓ **Edad: 28--33 años**
- ✓ **Profesión: Estudiante**
- ✓ **Estado Civil: Soltero**

#### PERFIL

- Sofía es la mayor de dos hijas, actualmente estudia idiomas en la Universidad de El Salvador y por las noches trabaja en un call center.

- Camila es el nombre de la hija menor y está a un mes de cumplir 15 años, Sofía en las últimas semanas ha ingresado en más de una ocasión en su buscador de IG términos relacionados con fotografía.
- Ella espera encontrar un fotógrafo para la fiesta de 15 años de su hermana, porque considera que el mejor regalo, es obsequiarle una sesión fotográfica que además de cobertura la celebración para que ese evento quede atesorado en una imagen.
- Sofía aún vive en casa de sus padres con su hermana.
- Sus ingresos mensuales son de 600 dólares.
- Desde pequeña siempre ha llevado una relación muy cercana con su hermana menor.

## **MARCOS FLORES**

### **DATOS PERSONALES**

- ✓ **Género: Masculino**
- ✓ **Edad: 24--26 años**
- ✓ **Profesión: Estudiante**
- ✓ **Estado Civil: Soltero**

### **PERFIL**

- Marcos es egresado de la licenciatura en mercadeo y por las noches trabaja en un restaurante de comida rápida como cajero.
- En tres meses será su graduación y ya tiene elegido el traje que usará para el tan anhelado día, sus padres se encuentran orgullosos porque su hijo está por culminar una etapa más de su vida.
- Marcos ha empezado a seguir fotógrafos freelancer en Instagram para conocer sus productos, él busca encontrar uno que dé cobertura fotográfica a su graduación.
- Quiere un paquete fotográfico que dure al menos una hora.
- Su salario mensual ronda los 700 dólares, libres de impuestos.
- Se considera una persona poco fotogénica, así que busca quedar sorprendido con los resultados.

## **MANUEL RIVAS**

### **DATOS PERSONALES**

- ✓ **Género: Masculino**
- ✓ **Edad: 33--35 años**
- ✓ **Profesión: Licenciado**
- ✓ **Estado Civil: Casado**

### **PERFIL**

- Manuel es licenciado en administración de empresas, actualmente, es gerente general de una agencia bancaria del país.
- LinkedIn es una de sus redes sociales por excelencia donde además de ser muy activo en la publicación de contenidos financieros, observa perfiles que en un futuro podría requerir.
- El próximo mes tendrá el cierre de una campaña de fondos e inversiones y necesita contratar un fotógrafo para que dé cobertura del evento y entregue un video para compartir en redes sociales.
- El evento durará tres horas y quieren ver plasmado, en un minuto, toda la cobertura.
- Su salario mensual ronda los 1,000 dólares, libres de impuestos.
- Manuel espera encontrar un perfil en linkedIn que cumpla con las expectativas fotográficas que él requiere para el evento.

## **ANA REYES**

### **DATOS PERSONALES**

- ✓ **Género: Femenino**
- ✓ **Edad: 30--35 años**
- ✓ **Profesión: Contadora**
- ✓ **Estado Civil: Casada**

### **PERFIL**

- Ana es la directora de publicidad y ventas de una cadena de bebidas energizantes, gracias a sus gestiones tendrán a un artista internacional en el lanzamiento de la nueva presentación de la bebida energética.
- Dentro de la compañía cuentan con un equipo de marketing y comunicaciones, pero por la magnitud del evento, necesitan contratar al menos dos fotógrafos freelancer.

- Ana tiene un perfil en LinkedIn y en la última semana a mostrado mucha actividad, buscando fotografías para el día del evento.
- Ana tiene 3 años de casada y tiene una hija de un año y medio.
- Su salario mensual es de 900 dólares, libres de impuestos.
- Se denomina como una persona perfeccionista, por lo que espera resultados fotográficos de alta calidad.

## **ALEX TAKAHIRO**

### **DATOS PERSONALES**

- ✓ **Género: Masculino**
- ✓ **Edad: 35--40 años**
- ✓ **Profesión: Licenciado**
- ✓ **Estado Civil: Soltero**

### **PERFIL**

- Alex es salvadoreño, pero su nombre y rasgos físicos son producto de la nacionalidad asiática de sus padres.
- Desde joven es conocido como el chino por sus amistades y conocidos por su emprendimiento de comida japonesa en el país, actualmente Alex cuenta con tres sucursales en San Salvador.
- En dos meses será el quinto aniversario de su primera sucursal y para premiar la fidelidad de sus clientes ese día dará postres gratis, pero quiere una cobertura de fotografías y video para subir a las redes sociales.
- La pasión por la gastronomía desde joven le permitieron abrirse espacio en el rubro de restaurantes en el país.
- Los ingresos mensuales que registra por sus restaurantes superan los 15 mil dólares mensuales.
- LinkedIn ha sido su plataforma predilecta para contratar a su equipo de trabajo y espera encontrar un fotógrafo freelancer para su evento.

## CANALES DIGITALES

El manejo de una marca personal implica conocer que queremos transmitir, quién es nuestro público meta y aún más importante, cuáles canales son los idóneos para darnos a conocer, es por esto que se debe seleccionar que redes sociales se adaptan mejor a los objetivos de venta de la marca Carlos Cornejo



### Instagram

"La red social más visual por excelencia" Sus formatos de difusión de contenido permiten desarrollar el personal branding de la marca. Se seleccionó esta plataforma, por las herramientas que ofrece para conectar con el público meta. Carlos Cornejo es una marca que ofrece servicios fotográficos, por lo tanto, la plataforma permitirá compartir contenido visual e interactivo que busca llegar a los usuarios de entre 20 y 30 años, que se encuentran en busca de fotógrafos freelancers, para cobertura de eventos familiares, sociales, bodas y convivios. (kolsquare, 2023,párrafo 1)

#### Link del canal de Instagram.

<https://instagram.com/carloscornejosv?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

#### Generalidades del canal.

Más de 200 mil millones de usuarios activos, una interfaz diseñada para compartir contenido multimedia y la gran variedad de herramientas de edición y filtros convierten a la red social de origen estadounidense en una aplicación atractiva para los perfiles de marca. (thesocialmediafamily, 2023,parráfo 2)



**De usuarios de la plataforma son hombres.**



**De usuarios de la plataforma son mujeres.**

## **Formatos de difusión de contenido multimedia:**

- FEED
- INSTAGRAM
- STORIES REELS

### ➤ **Reels**

-Videos cortos de 90 segundos.

-Este formato de compartir contenido multimedia interactivo y de fácil aceptación por los públicos, convierten a la red social, en una herramienta de difusión de contenido estratégica, donde según estadísticas de kolsquare, un 30% de los usuarios de IG realizan compras basadas en productos que descubrieron a través de Reels. (kolsquare, 2023,párrafo 3)

-En la actualidad la audiencia potencial para llegar con anuncios en Instagram Reels es de: 754, 8 millones de personas.



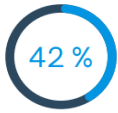
Con más de 600 millones de usuarios y una interfaz diseñada para conectar profesionales con el mundo laboral, la convierten en la red social por excelencia para contrataciones. La marca personal Carlos Cornejo desarrollará presencia para conectar con clientes estratégicos que rondan entre los 30 y 40 años de edad y se encuentran en busca de fotógrafos profesionales, para la cobertura de eventos empresariales, campañas de fotografía y eventos corporativos.

### **Link del canal de LinkedIn**

<https://www.linkedin.com/in/carlos-cornejo-51b338281>

### **Generalidades del canal.**

Más de 850 millones de miembros a nivel mundial y con un diseño enfocado a conectar empresarios y profesionales para ampliar sus redes, LinkedIn es la aplicación número uno por excelencia para la búsqueda y contratación empresarial.



**De usuarios de la plataforma son mujeres.**



**De usuarios de la plataforma son hombres.**



**De los usuarios de LinkedIn, tienen entre 25 y 34 años.**

-Mas de 97 mil empresas estadounidenses usan la plataforma para reclutar candidatos para un puesto de trabajo.

-35, 5 millones de miembros de la app han sido contratados a través de sus conexiones en LinkedIn

Se dejó afuera otras alternativas reconocidas que existen en el mercado de redes sociales, porque no cumplían con los requerimientos para llegar a la audiencia establecida, a su vez las herramientas ofrecidas no terminaban de mostrar los objetivos de la marca.

## **LÍNEAS DE CONTENIDO**

### **ENTRETENIMIENTO**

Busca conectar con la audiencia a un nivel más íntimo, generando esa sensación de cercanía y humor con la marca.

### **INSTITUCIONAL**

Su principal función es la de branding, que la comunidad conozca y entienda la visión de la marca y sus metas.

### **EDUCACIÓN**

Busca crear contenido de valor que aporte a la comunidad y resuelva dudas respecto a la fotografía.

### **VENTAS**

Abarca costos, servicios, promociones, disponibilidad de fechas y las razones por las cuales contratar los servicios de la marca

<b>EDUCACIÓN</b>	<b>INSTITUCIONAL</b>	<b>VENTAS</b>	<b>ENTRETENIMIENTOS</b>
<b>TIPS</b>	<b>CASOS DE ÉXITOS</b>	<b>PROMOCIONES</b>	<b>LIVES</b>
<b>TIPOS DE ILUMINACIÓN</b>	<b>HORARIOS</b>	<b>SERVICIOS</b>	<b>MEMES</b>
<b>POSES PARA UNA POSECIÓN</b>	<b>HISTORIA DE LA MARCA</b>	<b>COSTOS</b>	<b>DETRÁS DE CÁMARAS</b>
<b>TENDENCIAS FOTOGRÁFICAS</b>	<b>MISIÓN</b>	<b>INFOPRODUCTOS</b>	<b>BLOOPERS</b>
<b>TERMINOLOGÍA FOTOGRÁFICAS</b>	<b>ARTES CONMEMORATIVOS</b>	<b>DISPONIBILIDAD DE AGENDA</b>	<b>TRIVIAS</b>

## BIBLIOGRAFÍA DE LA MARCA

*kolsquare*. (16 de febrero de 2023). Recuperado el 5 de noviembre de 2023, de [www.kolsquare.com: https://www.kolsquare.com/es/blog/estadisticas-de-instagram-para-2023#:~:text=En%202023%2C%20las%20estad%C3%ADsticas%20de,los%20usuarios%20es timados%20en%202022](https://www.kolsquare.com/es/blog/estadisticas-de-instagram-para-2023#:~:text=En%202023%2C%20las%20estad%C3%ADsticas%20de,los%20usuarios%20es timados%20en%202022)

*kolsquare*. (16 de Febrero de 2023). Recuperado el 5 de Noviembre de 2023, de [www.kolsquare.com: https://www.kolsquare.com/es/blog/estadisticas-de-instagram-para-2023#:~:text=En%202023%2C%20las%20estad%C3%ADsticas%20de,los%20usuarios%20es timados%20en%202022](https://www.kolsquare.com/es/blog/estadisticas-de-instagram-para-2023#:~:text=En%202023%2C%20las%20estad%C3%ADsticas%20de,los%20usuarios%20es timados%20en%202022)

*thesocialmediafamily*. (10 de Marzo de 2023). Recuperado el 5 de Noviembre de 2023, de Social Media Family: <https://thesocialmediafamily.com/estadisticas-uso-instagram/#:~:text=En%20junio%20de%202018%2C%20Instagram,realizado%20por%20W e%20Are%20Social>

## CALENDARIO DE CONTENIDO

Calendario Semanal Instagram 01 diciembre al 15 de diciembre						
Calendarización						
Fecha	Horario	Tipo De Contenido	Pilar De Contenido	Link	Copy	Descripción Gráfica
Lunes	8:00 Am	Post Infografico	Educación		<p>¿Deberías tener dos cuentas en Instagram? 🙋 Es una pregunta que surge a menudo, cuando nuestro contenido es muy variado y sentimos la necesidad de clasificarlo. 🙋 Te presentamos la solución en este post. 😊 No olvides compartir esta información con tus amigos. 😊</p>	Carrusel infográfico.
Martes	8:00 Am	Post Infografico	Educación		<p>¿Sabías qué puedes mantener la calidad de tus fotografías al subirlas a Instagram? 🙋 Deja de compartir imágenes pixeladas y conviértete en la sensación con tus amigos en redes con este tips que te presentamos. 😊 No olvides guardar esta información. 😊</p>	Carrusel infográfico.

**Calendario Semanal Instagram 01 diciembre al 15 de diciembre**

**Calendarización**

<b>Fecha</b>	<b>Horario</b>	<b>Tipo De Contenido</b>	<b>Pilar De Contenido</b>	<b>Link</b>	<b>Copy</b>	<b>Descripción Gráfica</b>
<b>Miércoles</b>	<b>7:00 p. m.</b>	<b>Post Informativo</b>	<b>Institucional</b>		<p><b>Carlos Cornejo es sinónimo de fiabilidad y cercanía 🍷 Es la respuesta a la necesidad en el mercado de salvadoreño, de un fotógrafo que te haga sentir que es parte de la familia. 📷 Ofreciéndote servicios de calidad al mejor costo. 💰</b></p>	<b>Arte de la historia de Carlos Cornejo.</b>
<b>Jueves</b>	<b>8:00 a. m.</b>	<b>Storie</b>	<b>Educación</b>		<p><b>. Al ser una pieza gráfica, compartida en formato de storie, no se hace uso de un copy.</b></p>	<b>Storie.</b>

**Calendario Semanal Instagram 01 diciembre al 15 de diciembre**

**Calendarización**

<b>Fecha</b>	<b>Horario</b>	<b>Tipo De Contenido</b>	<b>Pilar De Contenido</b>	<b>Link</b>	<b>Copy</b>	<b>Descripción Gráfica</b>
<b>Viernes</b>	<b>7:00 p. m.</b>	<b>Post Informativo</b>	<b>Institucional</b>		<p>¿Aún no te decides por esa sesión fotográfica? 🧐                      Observa parte de nuestro trabajo, realizado al centro histórico, o como personalmente nos gusta llamar a este proyecto: <b>El renacer de la ciudad perdida.</b>                      🙄</p>	<b>Collage de una cobertura</b>
<b>Sábado</b>	<b>12:00:00 M</b>	<b>Memes</b>	<b>Entretenimiento</b>		<p><b>Difícil elección</b>                      🧐 Comenta abajo 👇 y comparte con tus amigos fotógrafos este post, para saber ¿Cuál de las dos imágenes es un camarón?                      🧐 🤔</p>	<b>Tres artes con temática humorística</b>

**Calendario Semanal Instagram 01 diciembre al 15 de diciembre**

**Calendarización**

<b>Fecha</b>	<b>Horario</b>	<b>Tipo De Contenido</b>	<b>Pilar De Contenido</b>	<b>Link</b>	<b>Copy</b>	<b>Descripción Gráfica</b>
<b>Lunes</b>	<b>8:00 a. m.</b>	<b>Post Infografico</b>	<b>Educación</b>		<p>Los matrimonios, un derroche de elegancia, amor y mucha magia, "Magia que debes capturar e inmortalizar en una toma" 😊 Por eso te traemos 5 tips para que esa ceremonia se converse con el paso de las décadas. 🙄 No olvides guardar esta información. 😊</p>	<b>Carrusel infográfico.</b>
<b>Martes</b>	<b>8:00 AM</b>	<b>Post Infografico</b>	<b>Educación</b>		<p>Un evento grande, requiere de un gran apoyo, es por eso que debes saber elegir muy bien, tu team para una cobertura fotográfica. 😊 Acá te compartimos como hacerlo, no olvides compartir estos datos con tus amigos. 😊</p>	<b>Carrusel infográfico.</b>

**Calendario Semanal Instagram 01 diciembre al 15 de diciembre**

**Calendarización**

<b>Fecha</b>	<b>Horario</b>	<b>Tipo De Contenido</b>	<b>Pilar De Contenido</b>	<b>Link</b>	<b>Copy</b>	<b>Descripción Gráfica</b>
<b>Miércoles</b>	<b>7:00 p. m.</b>	<b>Post Informativo</b>	<b>Institucional</b>		<p>¿Concierto?                      ¿Por la noche?                      ¿Buenos resultados? 🧐                      Si, contamos con todo lo que imagines y te dejamos un poco de este trabajo institucional, donde el cliente quedó muy satisfecho. 😊</p>	<b>Collage de una cobertura</b>
<b>Jueves</b>	<b>8:00 a. m.</b>	<b>Storie</b>	<b>Educación</b>		<p>Al ser una pieza gráfica, compartida en formato de storie, no se hace uso de copy.</p>	<b>Storie.</b>

**Calendario Semanal Instagram 01 diciembre al 15 de diciembre**

**Calendarización**

<b>Fecha</b>	<b>Horario</b>	<b>Tipo De Contenido</b>	<b>Pilar De Contenido</b>	<b>Link</b>	<b>Copy</b>	<b>Descripción Gráfica</b>
<b>Viernes</b>	<b>7:00 p. m.</b>	<b>Post Informativo</b>	<b>Institucional</b>		<b>Al ser una pieza gráfica, compartida en formato de storie, no se hace uso de copy.</b>	<b>Collage de una cobertura</b>
<b>Sábado</b>	<b>12:00:00 M</b>	<b>Memes</b>	<b>Entretenimiento</b>		<b>¿Cuántas veces no te ha pasado esto en una sesión? 😊 Por eso es importante que siempre guardes una lista de poses, para estos casos donde el cliente necesitará tu orientación para posar. 😊 Así no quedas como baby yoda sin saber que hacer. 🙄</b>	<b>Arte con tema de humor</b>

**Calendario Semanal Instagram 01 diciembre al 15 de diciembre**

**Calendarización**

<b>Fecha</b>	<b>Horario</b>	<b>Tipo De Contenido</b>	<b>Pilar De Contenido</b>	<b>Link</b>	<b>Copy</b>	<b>Descripción Gráfica</b>
Lunes	8:00 a. m.	Post Infografico	Educación		<p>¿Deseas generar ingresos a través de la fotografía?                      👁️ Carlos Cornejo te ayudará a dar tu primer paso en este gran mercado. 😊                      Comparte esta información y nos vemos pronto en un evento. 😊</p>	Carrusel infográfico.
Martes	8:00 AM	Post Infografico	Educación		<p>Marketing y fotografía, son dos terminos que actualmente se encuentran más relacionados de lo que pensamos.                      📷 Por eso te presentamos algunas ideas para realizar marketing de fotografía. 😊                      No olvides guardar este post para estar a la vanguardia en el mundo fotográfico. 📷</p>	Carrusel infográfico.

**Calendario Semanal Instagram 01 diciembre al 15 de diciembre**

**Calendarización**

Fecha	Horario	Tipo De Contenido	Pilar De Contenido	Link	Copy	Descripción Gráfica
Miércoles	7:00 p. m.	Post Informativo	Ventas		<p>Los abrazos, los buenos deseos y las sonrisas se perciben en el ambiente. 🧐                      Eso es por que la navidad esta a la vuelta de la esquina. 🎅 ¿Ya tienes el regalo para ese ser querido? 😊 Si aún no lo tienes, no te preocupes 😊 Una sesión fotográfica es el mejor regalo para capturar las sonrisas de esta época e inmortalizarlas en una sesión fotográfica.                      ¿Qué esperas para escribirnos?                      😊</p>	Arte con temática navideña

**Calendario Semanal LinkedIn 01 diciembre al 15 de diciembre**

**Calendarización**

<b>Fecha</b>	<b>Horario</b>	<b>Tipo De Contenido</b>	<b>Pilar De Contenido</b>	<b>Link</b>	<b>Copy</b>	<b>Descripción Gráfica</b>
<b>Lunes</b>	<b>8:00 a. m.</b>	<b>Artículo informativo</b>	<b>Educación</b>			<b>Artículo y pieza gráfica.</b>
<b>Martes</b>	<b>8:00 AM</b>	<b>Artículo informativo</b>	<b>Educación</b>			<b>Artículo y pieza gráfica.</b>

**Calendario Semanal LinkedIn 01 diciembre al 15 de diciembre**

**Calendarización**

<b>Fecha</b>	<b>Horario</b>	<b>Tipo De Contenido</b>	<b>Pilar De Contenido</b>	<b>Link</b>	<b>Copy</b>	<b>Descripción Gráfica</b>
<b>Miércoles</b>	<b>7:00 a. m.</b>	<b>Post Institucional</b>	<b>Institucional</b>			<b>Artículo y pieza gráfica.</b>
<b>Jueves</b>	<b>8:00 AM</b>	<b>Artículo informativo</b>	<b>Educación</b>			<b>Artículo y pieza gráfica.</b>

**Calendario Semanal LinkedIn 01 diciembre al 15 de diciembre**

**Calendarización**

<b>Fecha</b>	<b>Horario</b>	<b>Tipo De Contenido</b>	<b>Pilar De Contenido</b>	<b>Link</b>	<b>Copy</b>	<b>Descripción Gráfica</b>
<b>Viernes</b>	<b>7:00 a. m.</b>	<b>Post Institucional</b>	<b>Institucional</b>			<b>Artículo y pieza gráfica.</b>
<b>Sábado</b>	<b>12:00:00 M</b>	<b>Anécdota de evento</b>	<b>Entretenimiento</b>			<b>Artículo y pieza gráfica.</b>

**Calendario Semanal LinkedIn 01 diciembre al 15 de diciembre**

**Calendarización**

<b>Fecha</b>	<b>Horario</b>	<b>Tipo De Contenido</b>	<b>Pilar De Contenido</b>	<b>Link</b>	<b>Copy</b>	<b>Descripción Gráfica</b>
<b>Lunes</b>	<b>8:00 a. m.</b>	<b>Artículo informativo</b>	<b>Educación</b>			<b>Artículo y pieza gráfica.</b>
<b>Martes</b>	<b>8:00 AM</b>	<b>Artículo informativo</b>	<b>Educación</b>			<b>Artículo y pieza gráfica.</b>

**Calendario Semanal LinkedIn 01 diciembre al 15 de diciembre**

**Calendarización**

<b>Fecha</b>	<b>Horario</b>	<b>Tipo De Contenido</b>	<b>Pilar De Contenido</b>	<b>Link</b>	<b>Copy</b>	<b>Descripción Gráfica</b>
<b>Miércoles</b>	<b>7:00 a. m.</b>	<b>Post Institucional</b>	<b>Institucional</b>			<b>Artículo y pieza gráfica.</b>
<b>Jueves</b>	<b>8:00 AM</b>	<b>Artículo informativo</b>	<b>Educación</b>			<b>Artículo y pieza gráfica.</b>

**Calendario Semanal LinkedIn 01 diciembre al 15 de diciembre**

**Calendarización**

<b>Fecha</b>	<b>Horario</b>	<b>Tipo De Contenido</b>	<b>Pilar De Contenido</b>	<b>Link</b>	<b>Copy</b>	<b>Descripción Gráfica</b>
<b>Viernes</b>	<b>7:00 a. m.</b>	<b>Post Institucional</b>	<b>Institucional</b>			<b>Artículo y pieza gráfica.</b>
<b>Sábado</b>	<b>12:00:00 M</b>	<b>Anécdota de evento</b>	<b>Entretenimiento</b>			<b>Artículo y pieza gráfica.</b>

**Calendario Semanal LinkedIn 01 diciembre al 15 de diciembre**

**Calendarización**

<b>Fecha</b>	<b>Horario</b>	<b>Tipo De Contenido</b>	<b>Pilar De Contenido</b>	<b>Link</b>	<b>Copy</b>	<b>Descripción Gráfica</b>
<b>Lunes</b>	<b>8:00 a. m.</b>	<b>Artículo informativo</b>	<b>Educación</b>			<b>Artículo y pieza gráfica.</b>
<b>Martes</b>	<b>8:00 AM</b>	<b>Artículo informativo</b>	<b>Educación</b>			<b>Artículo y pieza gráfica.</b>

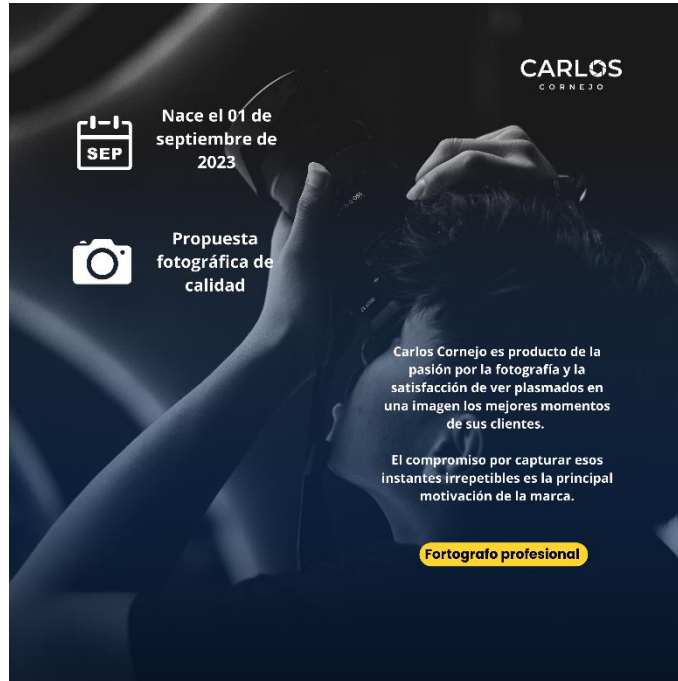
**Calendario Semanal LinkedIn 01 diciembre al 15 de diciembre**

**Calendarización**

<b>Fecha</b>	<b>Horario</b>	<b>Tipo De Contenido</b>	<b>Pilar De Contenido</b>	<b>Link</b>	<b>Copy</b>	<b>Descripción Gráfica</b>
<b>Miércoles</b>	<b>7:00 a. m.</b>	<b>Post Institucional</b>	<b>Institucional</b>			<b>Artículo y pieza gráfica.</b>

## ANEXOS

Pieza gráfica 1



Pieza gráfica 2



### Pieza gráfica 3



### Pieza gráfica 4



## Pieza gráfica 5



¡LA MEJOR SONRISA ES LA QUE QUEDA CAPTURADA EN UNA FOTO JO JO JO!

**ESTA NAVIDAD REGALA UNA SESIÓN FOTOGRAFICA.**

Consulta nuestros paquetes especiales para esta temporada, que van desde los:

**50**  
Dólares

The advertisement features a dark red background with a subtle bokeh effect. On the right, Santa Claus is partially visible, looking towards the camera. In the top left, there is a white gift box with a red ribbon. In the bottom right, there are two more white gift boxes with red ribbons. The text is in white and gold, with the number '50' being particularly large and gold.

## Artes Buyer Person



**HÉCTOR RODRIGUEZ**

**DATOS PERSONALES**

Género: Masculino  
Edad: 28 - 33 años  
Profesión: Contador  
Estado civil: Soltero

**PERFIL**

Héctor se encuentra planeando pedirle matrimonio a su novia. Ya tiene el anillo, el lugar y últimamente sus búsquedas en Instagram se centran en fotógrafos, él quiere que uno de los momentos más importantes de su vida quede capturado en una imagen.

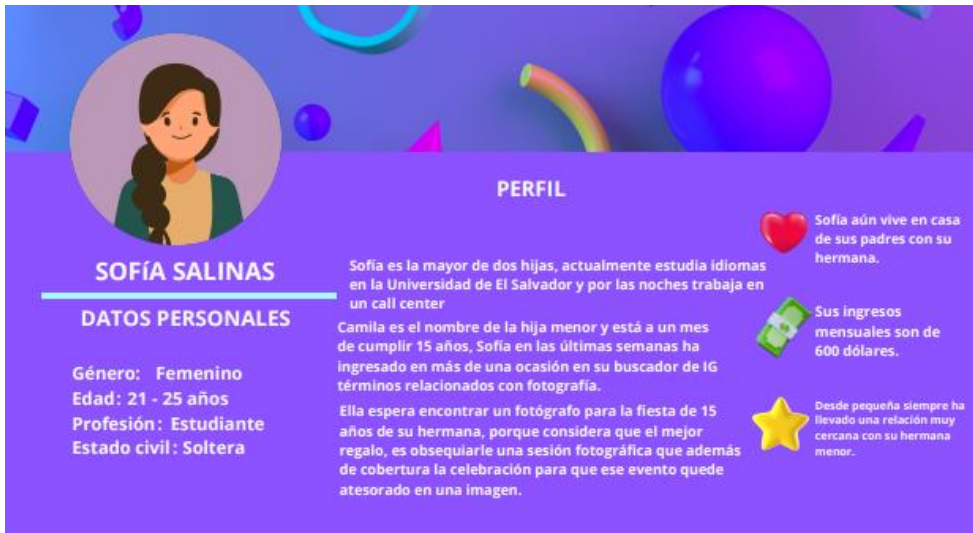
Busca encontrar un fotógrafo freelancer porque considera que las agencias fotográficas inflan demasiado los precios, se toma su tiempo revisando los perfiles, porque quiere los mejores resultados al mejor precio.

María es el nombre de su prometida y tienen cuatro años de noviazgo.

Su salario mensual ronda los 800 dólares, libres de impuestos.

Espera poder encontrar un fotógrafo con el cual quedar satisfecho, pues su objetivo es recontratarlo para su boda.

The profile card has a purple background with colorful confetti and balloons at the top. It features a circular profile picture of Héctor Rodríguez, a man with dark hair wearing a suit and tie. The text is in white, and there are three icons: a red heart, a green banknote, and a yellow star.



**SOFÍA SALINAS**

**DATOS PERSONALES**

Género: Femenino  
 Edad: 21 - 25 años  
 Profesión: Estudiante  
 Estado civil: Soltera

**PERFIL**


Sofía es la mayor de dos hijas, actualmente estudia idiomas en la Universidad de El Salvador y por las noches trabaja en un call center

Camila es el nombre de la hija menor y está a un mes de cumplir 15 años, Sofía en las últimas semanas ha ingresado en más de una ocasión en su buscador de IG términos relacionados con fotografía.

Ella espera encontrar un fotógrafo para la fiesta de 15 años de su hermana, porque considera que el mejor regalo, es obsequiarle una sesión fotográfica que además de cobertura la celebración para que ese evento quede atesorado en una imagen.

 Sofía aún vive en casa de sus padres con su hermana.

 Sus ingresos mensuales son de 600 dólares.

 Desde pequeña siempre ha llevado una relación muy cercana con su hermana menor.



**MARCOS FLORES**

**DATOS PERSONALES**

Género: Masculino  
 Edad: 24 - 26 años  
 Profesión: Estudiante  
 Estado civil: Soltero

**PERFIL**

Marcos es egresado de la licenciatura en mercadeo y por las noches trabaja en un restaurante de comida rápida como cajero .

En tres meses será su graduación y ya tiene elegido el traje que usará para el tan anhelado día, sus padres se encuentran orgullosos porque su hijo está por culminar una etapa más de su vida.

Marcos ha empezado a seguir fotógrafos freelancer en Instagram para conocer sus productos, él busca encontrar uno que de cobertura fotográfica a su graduación.

 Quiere un paquete fotográfico que dure al menos una hora.

 Su salario mensual ronda los 700 dólares, libres de impuestos.

 Se considera una persona poco fotogénica, así que busca quedar sorprendido con los resultados.



**MANUEL RIVAS**

**DATOS PERSONALES**

Género: Masculino  
 Edad: 33 - 35 años  
 Profesión: Licenciado  
 Estado civil: Casado

**PERFIL**

Manuel es licenciado en administración de empresas, actualmente, es gerente general de una agencia bancaria del país.

LinkedIn es una de sus redes sociales por excelencia donde además de ser muy activo en la publicación de contenidos financieros, observa perfiles que en un futuro podría requerir.

El próximo mes tendrá el cierre de una campaña de fondos e inversiones y necesita contratar un fotógrafo para que de cobertura del evento y entregue un video para compartir en redes sociales.

 El evento durará tres horas y quieren ver plasmado, en un minuto toda la cobertura.

 Su salario mensual ronda los 1,000 dólares, libres de impuestos.

 Manuel espera encontrar un perfil en linkedin que cumpla con las expectativas fotográficas que el requiere para el evento.



Alex Takahiro's profile card features a blue background with icons for a camera, a thumbs up, a group of people, and an envelope. A circular profile picture of Alex is on the left. The text is organized into sections: 'DATOS PERSONALES' and 'PERFIL'. The 'PERFIL' section includes three paragraphs of text, each accompanied by an icon: a red heart, a stack of money, and a yellow star.

**ALEX TAKAHIRO**

**DATOS PERSONALES**

Género: Masculino  
 Edad: 35 - 40 años  
 Profesión: Licenciado  
 Estado civil: Soltero

**PERFIL**

Alex es salvadoreño, pero su nombre y rasgos físicos son producto de la nacionalidad asiática de sus padres.

Desde joven es conocido como el chino por sus amistades y conocidos por su emprendimiento de comida japonesa en el país, actualmente Alex cuenta con tres sucursales en San Salvador.

En dos meses será el quinto aniversario de su primera sucursal y para premiar la fidelidad de sus clientes ese día dará postres gratis, pero quiere una cobertura de fotografías y video para subir a las redes sociales.

La pasión por la gastronomía desde joven le permitieron abrirse espacio en el rubro de restaurantes en el país.

Los ingresos mensuales que registra por sus restaurantes superan los 15 mil dólares mensuales.

LinkedIn ha sido su plataforma predilecta para contratar a su equipo de trabajo y espera encontrar un fotógrafo freelancer para su evento.



Ana Reyes's profile card features a blue background with icons for a camera, a thumbs up, a group of people, and an envelope. A circular profile picture of Ana is on the left. The text is organized into sections: 'DATOS PERSONALES' and 'PERFIL'. The 'PERFIL' section includes three paragraphs of text, each accompanied by an icon: a red heart, a stack of money, and a yellow star.

**ANA REYES**

**DATOS PERSONALES**

Género: Femenino  
 Edad: 30 - 35 años  
 Profesión: Contadora  
 Estado civil: Casada

**PERFIL**

Ana es la directora de publicidad y ventas de una cadena de bebidas energizantes, gracias a sus gestiones tendrán a un artista internacional en el lanzamiento de la nueva presentación de la bebida energética.

Dentro de la compañía cuentan con un equipo de marketing y comunicaciones, pero por la magnitud del evento, necesitan contratar al menos dos fotógrafos freelancer.

Ana tiene un perfil en LinkedIn y en la última semana a mostrado mucha actividad, buscando fotógrafos para el día del evento.

Ana tiene 3 años de casada y tiene una hija de un año y medio.

Su salario mensual es de 900 dólares, libres de impuestos.

Se denomina como una persona perfeccionista, por lo que espera resultados fotográficos de alta calidad.