

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



TÍTULO:

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA
LA MARCA PERSONAL “MAJOROD”.**

PRESENTADO POR:

MARÍA JOSÉ RODRÍGUEZ GONZÁLEZ.

CARNÉ

(RG16047).

**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
MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

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

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL
SALVADOR**

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA
RECTOR

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFAN MATA
VICERRECTORA ACADÉMICA

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

LICENCIADO PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA
SECRETARIO GENERAL

LICENCIADO CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA
FISCAL GENERAL

LICENCIADA ANA RUTH AVELAR
DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

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

MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA
DECANO

MAESTRA MARIA CRUZ JURADO
VICEDECANA

MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA
SECRETARIA

.

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE
PERIODISMO**

LICENCIADO EDIS EDGARDO MONGE
JEFE INTERINO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ
DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por la oportunidad de culminar mis estudios, por darme vida y sabiduría. Agradezco a mi mamá y papá por su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera y por los sacrificios que solo ellos conocen. Gracias por su amor. Agradezco a mi hermana por ser un pilar importante y estar para mí siempre.

Agradezco a mis compañeros de Universidad por enseñarme y motivarme cuando las cosas eran difíciles, por tomarse el tiempo de explicar y estudiar juntos cada tema difícil, gracias por ser grandes compañeros y amigos especialmente a Marlon Vásquez, Juan Flores y Lourdes Vides.

Gracias a los catedráticos que vieron potenciales en mí y no permitieron que descontinuara mi carrera.

Especialmente la dedico al cielo por aquellos que partieron antes, a mi abuelo que estaría muy orgulloso de mi y lo llevo en mi corazón para siempre.

“El periodismo es el poder de involucrar a otros o limpiar a los sucios”.

ÍNDICE

CONTENIDO	N° DE PÁGINA
RESUMEN	vii
INTRODUCCIÓN	8
SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA	9
PRESENTACIÓN	9
Servicios.....	9
OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	11
FODA	12
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	13
Wieger Salazar.....	14
Ariana Ruiz.....	15
Álvarez Estudio.....	16
COMPETENCIA EN LINKEDIN	17
Jean Romero de Serrano.....	17
Kevin Muñoz	17
Alonso Kenriquez.....	18
Otto López	19
BUYER PERSON INSTAGRAM.....	20
BUYER PERSON LINKEIDN	22
CANALES DIGITALES	24
Red social base	24
LÍNEAS DE CONTENIDO	25
KIP'S A MEDIR	26
CALENDARIO DE CONTENIDO INSTAGRAM.....	27
CALENDARIO DE CONTENIDO LINKEDIN.....	32
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	33
ANEXOS	34

RESUMEN

En el siguiente trabajo presentado, se desarrolla desde la praxis laboral en posicionamiento de marca personal y como esta se puede fortalecer y profesionalizar para poder tener un mayor respaldo en Marketing Digital. La estrategia presentada desarrolla en dos redes sociales completamente diferentes, donde el contenido y los alcances son totalmente opuestos, lo que implica un mayor reto profesional. Las competencias en las redes sociales son diferentes, aunque se presenten algunas similitudes, lo que implicar que debemos aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera para posicionarse como un indicador del marketing digital desde la fotografía y su impacto en la vida personal y profesional de los individuos. Creando mejores recuerdos de los momentos más importantes para cada uno de los clientes, llevando de la mano la calidad y precio para cada momento y todo tipo de bolsillo, lo que involucra nuestro tiempo como profesional poniendo en práctica los conocimientos y términos que la estrategia presenta.

Palabras claves: coberturas; Marketing Digital; Posicionamiento; fotografía; Estrategia Digital; El Salvador; Comunicaciones.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es la primera parte de la Estrategia Digital-LinkedIn/Instagram, aplicando los conocimientos adquiridos de redes sociales a la marca personal MajoRod. Es de suma importancia el desarrollo de esta actividad, ya que se podrá desempeñar de forma personalizada la marcas y lo que se espera de ella.

En el caso, de las redes mencionadas anteriormente, se deben hacer estrategias diferentes, porque ambas poseen un público diferente y forma de tener alcance también cambia. Analizar los tipos de contenido y el lenguaje de cada uno también influye en las estrategias a implementar.

Esta primera parte lleva un apartado de análisis de algunos perfiles de profesionales salvadoreños que llevan un tiempo desarrollándose en el rubo digital.

Finalmente, se ha añadido unos perfiles (Buyer Person), para tener un referente del público al que se planea llegar y que pueda adquirir los servicios de la marca.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

PRESENTACIÓN

MajoRod nace a partir de la habilidad para plasmar los detalles, eventos o paisajes que recuerden momentos especiales para los clientes.

Aceptar sus sugerencias y adaptarlas al campo fotográfico, esto implica tomar sus expectativas con la toma de la foto y la edición.

Es un servicio que está a disposición nacional y freelancer con aquellas marcas que quieran conocer o promocionar producto nacional fuera de las fronteras.

Ponerse en contacto es muy fácil solo debes escribir a las redes sociales y solicitar el servicio.

URL de Instagram: https://www.instagram.com/majorod12/?utm_source=qr&igshid=MzNlNGNkZWQ4Mg%3D%3D

URL de LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/mar%C3%ADa-jos%C3%A9-rodr%C3%ADguez-9b8544281>

Servicios

Los servicios que se clasifican de la siguiente manera:

Paquete Económico:

1 hora en cobertura de evento (solo fotografía) \$70.00

Paquete Básico:

2 hora de fotografía y video \$ 150.00.

Paquete Bounty:

3 horas de fotografía y video. \$ 225.00

EDICION DE VIDEO:

Solo edición de video dependiendo de la duración:

Desde los \$50.00 hasta los \$200.

Toma y edición de video:

Desde los \$100 hasta los \$500

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

GENERAL 1

Aumentar las ventas de los servicios en un 20%, a través de la red social de Instagram en el último trimestre de 2023.

- ESPECIFICO 1.1.

Aumentar una cartera de clientes que adquieran el servicio en Instagram de 1 a 6 durante el último trimestre de 2023 para así poder aumentar las ventas un 20%.

- ESPECIFICO 1.2.

Mostrar en un 10% los servicios (resultados) que se prestan para tener un mejor alcance en la red social de Instagram en el mes de octubre de 2023.

GENERAL 2

Aumentar la frecuencia de publicaciones en redes sociales (Instagram y LinkedIn) incrementar 150% (25-75) los seguidores durante el mes de octubre y noviembre de 2023.

- ESPECIFICO 2.1.

Aumentar el contenido (Mtk de contenido, story, Infografías y resultados) en un 20% (de 2 a 4) en las próximas cinco semanas para tener una mayor interacción en redes sociales.

- ESPECIFICO 2.2.

Realizar dos publicaciones con una combinación de hashtags específicos de mi marca personal para tener un aumento de seguidores entre 30 a 40 en las próximas 5 semanas, aumentando el alcance en un 25%.

FODA

Fortalezas:

- Adaptar las ideas del cliente a nivel fotográfico.
- Creatividad para hacer lucir los eventos de los clientes.
- Persona con conocimientos sobre fotografía y video.

Oportunidades:

- Reconocimiento nacional en el área de trabajo.
- Crecimiento estructural de la marca.
- Ampliación de productos y servicios.

Debilidades:

- Nuevo en el mercado.
- Se necesita adquirir nuevo equipo para ofrecer un mejor servicio.

Amenazas

- Un mercado muy competitivo.
- No contar con disponibilidad en agenda para cubrir el evento.

CONCLUSIÓN FODA:

Se debe trabajar en las amenazas, evaluando el mercado y como se puede volver competitivo. Es necesario, adquirir un mejor equipo para brindar calidad en fotografía y video.

VISIÓN A FUTURO:

Crecer a nivel nacional y regional, volviéndose un referente en video y fotografía, esperando que los trabajos logren un mejor posicionamiento en el mercado.

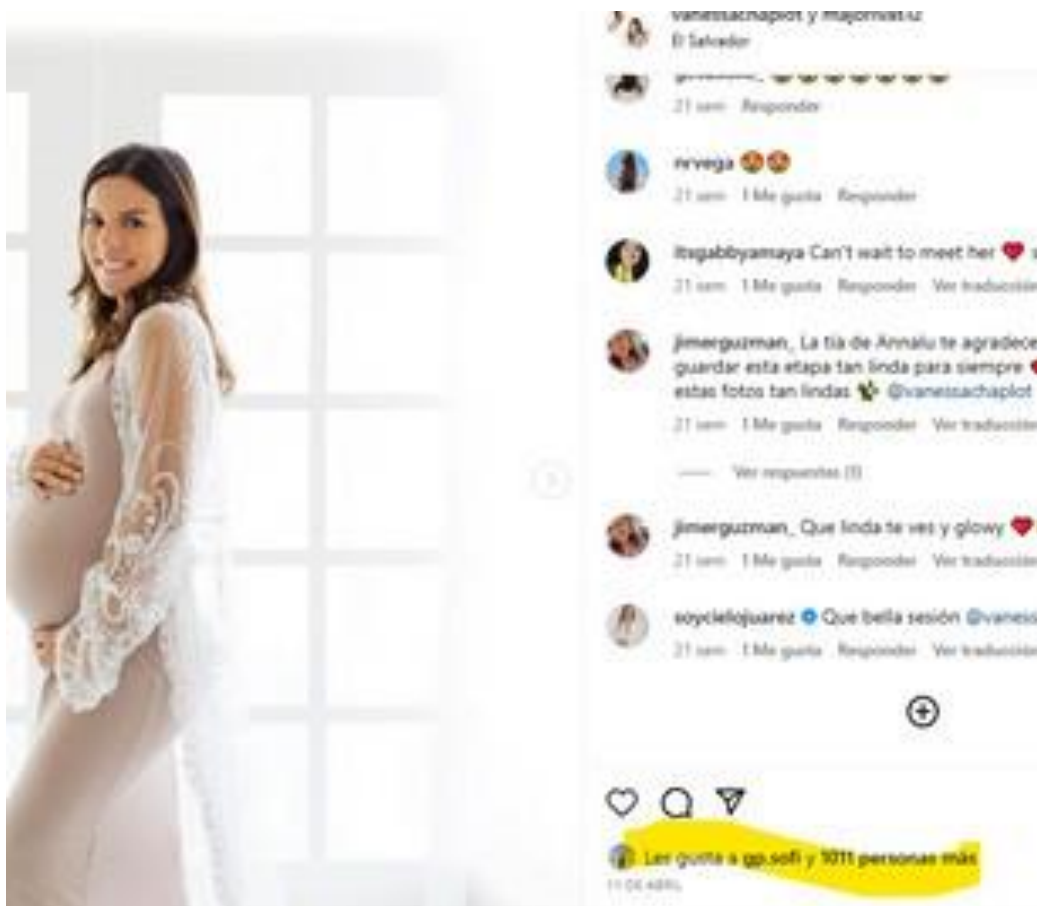
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

VANESSA CHAPLOT

Cuenta con estudio propio, utiliza colores blancos y marfil, la mayoría de sus fotos son para plasmar la etapa de embarazo.

DATOS DE LA MARCA

- ✓ Usuario: [Vanessa Chaplot | Fotógrafa de familias \(@vanessachaplot\) • Fotos y videos de Instagram](#)
- ✓ Seguidores en Instagram: 9,155
- ✓ Foto con más likes: 1,012
- ✓ Foto con menos likes: 49



Wieger Salazar

REPORTE

Se dedica específicamente a cubrir eventos sociales, en su mayoría secciones de bodas.

DATOS DE LA MARCA

- ✓ Usuario: [Wieger Salazar \(@wieger.salazar\)](#) • Fotos y videos de Instagram
- ✓ Seguidores en Instagram: 1,457
- ✓ Foto con más likes: 296
- ✓ Foto con menos likes: 4



Ariana Ruiz

Su contenido es abarcado en un noventa por ciento sobre secciones para recién nacidos o niños menores de 5 años posando junto a sus pasteles de cumpleaños, así como retratos familiares para fiestas navideñas.

DATOS DE LA MARCA

- ✓ Usuario: [Ariana Ruiz \(@arianaruizphotography\)](#) • Fotos y videos de Instagram
- ✓ Seguidores en Instagram: 6,615
- ✓ Foto con más likes: 1,652
- ✓ Foto con menos likes: 1



Álvarez Estudio

Se dedica a retratar todo tipo de evento bodas, 15 años, graduaciones y retratos de embarazo y familiares.

DATOS DE LA MARCA

- ✓ Usuario: [Álvarez Estudio \(@alvarezestudio_sv\) • Fotos y videos de Instagram](#)
- ✓ Seguidores en Instagram: 4,584
- ✓ Foto con más likes: 47,384
- ✓ Foto con menos likes: 6



COMPETENCIA EN LINKEDIN

Jean Romero de Serrano

Este perfil no cuenta con foto de portada, no tiene mayor contacto que su perfil de LinkedIn. Sus únicas dos publicaciones fueron hace 2 meses y eran trabajos realizados no hay C.V.

DATOS DE LA MARCA

- ✓ Usuario: Jean Romero de Serrano
- ✓ Contactos: 51 contactos



Kevin Muñoz

Su foto de portada no tiene números de contacto. Sus únicas dos publicaciones fueron hace 4 meses. No tiene trabajos realizados y no hay C.V.

DATOS DE LA MARCA

- ✓ Usuario: Kevin Muñoz
- ✓ Contactos: 19 contactos



Alonso Kenriquez

Su foto de portada no tiene números de contacto. Realiza publicaciones una vez al mes, mostrando su trabajo, pero comparte contenido de otros perfiles o marcas. Cuenta con portafolio profesional.

DATOS DE LA MARCA

- ✓ Usuario: Alonso Kenriquez
- ✓ Contactos: 139 contactos

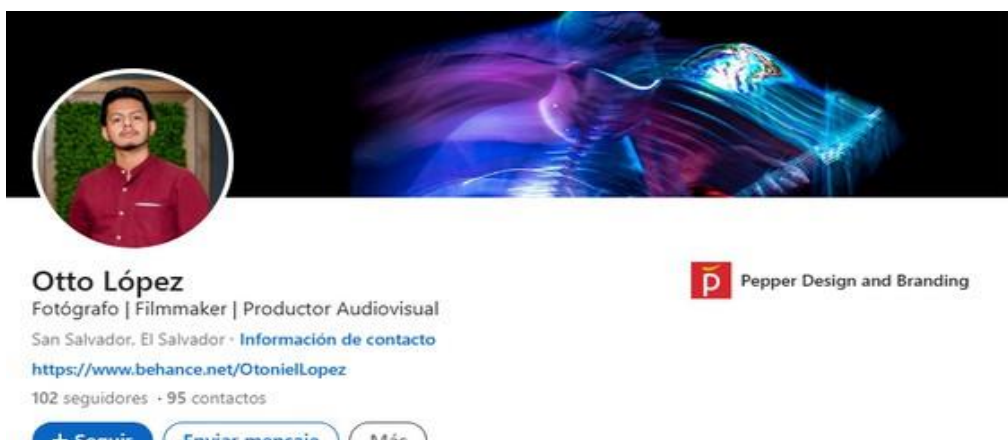


Otto López

Su foto de portada no tiene números de contacto. Comparte contenido de otros perfiles una vez a la semana. Tiene página web de su perfil.

DATOS DE LA MARCA

- ✓ Usuario: Otto López
- ✓ Contactos: 95 contactos



BUYER PERSON INSTAGRAM

Buyer persona 1: Nelly Jiménez

Nelly tiene 25 años. Empezó a trabajar en 2021. Busca contratar un fotógrafo para su baby shower a realizarse en 3 semanas. Sus conocidos le recomendaron ver el trabajo de varios fotógrafos antes de elegir uno, se basó en las cuentas de Instagram para tomar la mejor decisión.

Características:

- Rango de edad: 25-30 años.
- Género: Mujer.
- Estado civil: Casada desde 2019
- Departamento de residencia: Ilopango.
- Departamento de empleo: San Salvador.
- Su salario mensual es de 400 dólares
- Será mamá de una niña.

Buyer persona 2: Fátima Valle.

Nació en 1997, es licenciada en Idiomas con especialización en Turismo. Trabaja como asistente en Google. Busca contratar a un fotógrafo profesional para la fiesta del primer año de su bebé. A través de Instagram decidió buscar al profesional adecuado.

Características:

- Rango de edad: 25-30 años.
- Género: Mujer.
- Estado civil: Casada desde 2021
- Fue Cum laude en la Universidad Don Bosco.
- Su salario mensual es de 900 dólares
- Su bebé cumplirá un año.

Buyer persona 3: Daniel Magaña

Nació en 1999. Estudia 5 año de su carrera universitaria. Trabaja de atención al cliente en Avianca desde 2021. Se casará en noviembre de este año y necesita la cobertura de su evento con fotografía y video.

Características:

- Rango de edad: 25 años
- Género: hombre.
- Estado civil: Soltero
- Departamento de residencia: Mejicanos.
- Departamento de empleo: San Salvador.
- Grado académico alcanzado: 5 años de carrera universitaria

Pasatiempos:

- Jugar Futbol.
- Escuchar música.
- Ir al gimnasio.

BUYER PERSON LINKEIDN

Buyer persona 1: Jason Elías.

Tiene 23 años, es técnico en computación. Busca contratar a un fotógrafo profesional para realizar una sesión de fotos en el bautizo de su ahijado. Vio un perfil de LinkedIn y decidió buscar más profesionales para elegir mejor y realizar su cobertura.

Características:

- Rango de edad: 20-25 años
- Género: Hombre.
- Estado civil: Soltero.
- Departamento de residencia: Santa Tecla.
- Departamento de empleo: San Salvador.
- Grado académico alcanzado: Técnico.

Temores:

- No encontrar a la persona correcta en cuanto calidad/precio.

Buyer persona 2: Jorge Sagastume.

Nació en 1997, es Licenciado en Contaduría Pública. Busca contratar un fotógrafo profesional para cubrir un evento deportivo que se desarrolla en su Iglesia. El hace uso de LinkedIn, ya que por ese medio obtuvo su empleo, así que decidió buscar un fotógrafo en este rubro.

Características:

- Rango de edad: 25-30 años
- Género: Hombre.
- Estado civil: Casado
- Departamento de residencia: Zacamil.
- Departamento de empleo: San Salvador.
- Grado académico alcanzado: Licenciado.

Buyer persona 3: Liliana Portillo.

Liliana tiene 30 años. Se dedica a realizar pasteles para eventos de colegios, sociales e iglesias. Busca un fotógrafo que le haga una sesión de fotos a sus productos para colocarlos en un catálogo digital. Su esposo se dio a la tarea de buscar profesionales de la fotografía en LinkedIn.

- Rango de edad: 30-35 años
- Género: Mujer.
- Estado civil: Casada
- Departamento de residencia: San Salvador.
- Departamento de empleo: San Salvador.

Pasatiempos:

- Caminar al menos una hora diaria.
- Escuchar música.
- Pintar.

CANALES DIGITALES

Red social base

Las plataformas digitales evolucionan día con día, lo que permite evaluar que red de interacción digital es más activa y acorde a las necesidades de la marca.

En este caso, mi marca personal brinda el servicio de fotografía profesional, por lo tanto, necesita crecer para obtener una cartera de clientes estables y alcanzar eventos sociales que permitan ese contacto con los usuarios.

Instagram permite crecer de manera efectiva cuando el contenido es llamativo y variado, permitiendo a los cibernautas observar un poco de mi trabajo realizado, de esta manera se verán motivados a adquirir mis servicios.

Por otra parte, LinkedIn permite tener más alcance corporativo creando una lista de clientes de empresas, esto ayudaría a cubrir sus eventos sociales, cenas navideñas. Etc. Además, al ser una red que busca mejorar el crecimiento profesional, se alcanzaría a personas que estén en busca de empleo y tengan la necesidad de cubrir un evento personal.

Otras redes sociales no permiten el alcance de forma tan inmediata como Instagram y LinkedIn,

pues, el alcance, las interacciones y el tipo de público es diferente. Aunque esto no es sinónimo de facilidad, permite hasta cierto punto que el contenido llegue a una mayor cantidad de usuarios, haciéndolos clientes potenciales.

LÍNEAS DE CONTENIDO

- **Entretenimiento:** para crear una interacción más personal con la audiencia.
- **Educación:** se busca compartir información tanto de la fotografía, como de la marca para tener un mejor impacto.
- **Venta:** Mostrar las promociones, paquetes disponibles, el porqué deben elegir mi marca.
- **Interacción:** Permitir que el cliente interactúe más con el contenido para tener un mejor alcance y visibilidad.

Entretenimiento	Educación	Venta	Interacción
Trivias	Tips	Beneficios del producto.	Dudas
Preguntas a la audiencia	Historia	Paquetes.	Peticiones
Historias divertidas sobre eventos pasados.	Horarios	Promociones	Firma de alianza con clientes y otras empresas.
Antes y después de las ediciones	Información sobre equipo de fotografía.	Testimonios	Streaming (Branding)
	Marca	Promociones corporativas	Story (Interacción)

KIP'S A MEDIR

OBJETIVO GENERAL 1

Aumentar las ventas de los servicios en un 20%, a través de la red social de Instagram en el último trimestre de 2023.

KPI'S 1.1.

Aumentar una cartera de clientes que adquieran el servicio en Instagram de 1 a 6 durante el último trimestre de 2023 para así poder aumentar las ventas un 20%.

KPI'S 1.2

Mostrar en un 10% los servicios (resultados) que se prestan para tener un mejor alcance en la red social de Instagram en el mes de octubre de 2023.

OBJETIVO GENERAL 2

Aumentar la frecuencia de publicaciones en redes sociales (Instagram y LinkedIn) incrementar 150% (25- 75) los seguidores durante el mes de octubre y noviembre de 2023.

KPI'S 2.1.

Aumentar el contenido (Mtk de contenido, story, Infografías y resultados) en un 20% (de 2 a 4) en las próximas cinco semanas para tener una mayor interacción en redes sociales.

KPI'S 2.2

Realizar dos publicaciones con una combinación de hashtags específicos de mi marca personal para tener un aumento de seguidores entre 30 a 40 en las próximas 5 semanas, aumentando el alcance en un 25%.

CALENDARIO DE CONTENIDO INSTAGRAM

Calendario Semanal Facebook XX al XX						
Calendarización						
N.	Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Pilar de Contenido	Copy	Descripción GRAFICA
1	Lunes	11:00 a.m.	Infografía.	Educación	El nacimiento de la fotografía es muy importante en la historia de la tecnología y la comunicación visual. Te presento datos que no debes olvidar. Recuerda dar like y compartir.	
2	Martes	8:00 a.m	Tips	Educación	Te comparto un pequeño tip para que no olvides detalles pequeños, recuerda que, los detalles pequeños marcan la diferencia.	
3	Miércoles	01:00 p.m.	Horarios	Educación	Si deseas agendar tu evento social, familiar o educativo puedes	

					<p>escribirme en el siguiente horario. Hazlo con anticipación para tener un espacio en agenda.</p>	
4	Jueves	06:00 p.m.	Infografía.	Educación	<p>Existen elementos básicos que no debemos olvidar, es por eso que hoy te presento a quien debemos agradecer por la creación de la fotografía. Si el mundo de la fotografía te apasiona tanto como a mí deja en los comentarios que otro dato de la historia quisieras conocer.</p>	
5	Viernes	06:45 a.m.	Información sobre equipo	Educación	<p>Existen varios tipos de cámaras que probablemente no conocías, te dejo en la descripción cuales son y cuál es la</p>	

					más usada por los fotógrafos.	
6	Sábado	07:00 p.m.	Trivia	Interacción		Historia
7	Lunes	12:00 m.d.	Promociones	venta	No te pierdas esta gran oportunidad de adquirir nuestro paquete de fotografía y video en promoción. Recuerda escribir vía Imbox para obtener más información.	
8	Martes	7:00 a.m.	Infografía.	Educación	Continuamos compartiendo contigo información sobre la historia de la fotografía, sin duda, se evolucionó constantemente.	
9	Miércoles	09:00 a.m.	Infografía.	Educación	¿Te haz preguntado quién logró sacar varias copias de una fotografía? Conoce más al respecto en el	

					siguiente post.	
10	Jueves	4:30 p.m	Tips	Educación	¿Recuerdas un poco sobre la composición? Te dejo un pequeño recordatorio de como aplicarla.	
11	Viernes	01:00 p.m.	Horarios	Educación	Si deseas agendar tu evento social, familiar o educativo puedes escribirme en el siguiente horario. Hazlo con anticipación para tener un espacio en agenda.	
12	Sábado	05:00 p.m.	Infografía.	Educación	¿Sabes gracias a quién tenemos fotografías de la Guerra Civil Estadounidense? Bueno, te dejo en el post el dato. Recuerda dar like y compartir.	
13	Lunes	06:45 a.m.	Información sobre equipo	Educación	En más de una ocasión haz escuchado hablar de los tipos de	

					lentes en la cámaras profesionales, pero, ¿Sabes para que sirve cada uno? Descubrello en el siguiente post.	
14	Martes	07:00 p.m.	Trivia	Interacción		Historia
15	Miércoles	10:00 a.m.	Tips	Educación	Si deseas contar una historia, no olvides seguir el siguiente tip recordemos que a veces una fotografía dice más que mil palabras.	

CALENDARIO DE CONTENIDO LINKEDIN

Calendario Semanal Facebook XX al XX				
Calendarización				
Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Pilar de Contenido	Descripción GRAFICA
Lunes	09:00 a.m.	Infografía.	Educación	
Martes	7:00 a.m	Tips	Educación	
Miércoles	11:00 a.m.	Horarios	Educación	
Jueves	07:00 p.m.	Trivia	Interacción	
Viernes	10:00 a.m.	Información sobre equipo	Educación	
Sábado	11:00 a.m.	Infografía.	Educación	
Lunes	01:00 p.m.	Horarios	Educación	
Martes	2:00 p.m.	Infografía.	Educación	
Miércoles	6:00 p.m	Tips	Educación	
Jueves	7:00 a.m.	Infografía.	Educación	
Viernes	12:00 m.d.	Promociones	venta	
Sábado	12 m.d.	Infografía.	Educación	
Lunes	08:00 p.m.	Trivia	Interacción	
Martes	11:00 a.m.	Infografía.	Educación	
Miércoles	06:45 a.m.	Información sobre equipo	Educación	

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

asana. (octubre de 2023). Obtenido de <https://asana.com/es/resources/key-performance-indicator-kpi>

Cneurocoaching. (30 de noviembre de 2023). Obtenido de <https://cneurocoaching.com/11-casos-de-exito-linkedin-empresas/>

Josefacchin. (3 de diciembre de 2023). Obtenido de <https://josefacchin.com/que-es-linkedin-como-funciona/>

positivo, s. i. (01 de diciembre de 2023). *impacto positivo*. Obtenido de <https://somosimpactopositivo.com/impacto-economico/linkedin-encontrar-trabajo/>

trabajar por el mundo. (diciembre de 2022). Obtenido de <https://trabajarporelmundo.org/5-consejos-usar-instagram-buscar-empleo/>

ANEXOS

- **Pieza grafica 1.**

¿CÓMO NACE LA FOTOGRAFÍA?

Los principios de la fotografía se basan en la experimentación con la cámara oscura, esto en el Siglo XVII. Era un dispositivo que proyecta una imagen invertida en una superficie. Esto sentó las bases para la creación de la fotografía.



MajeRod

- **Pieza grafica 2.**

Tip del día

Recuerda que la **composición** es clave en la fotografía.

Utiliza reglas como la **regla de los tercios**, líneas diagonales y la simetría para crear imágenes visualmente atractivas.



MajeRod

- **Pieza grafica 3**



HORARIO DE ATENCIÓN:

Estamos disponibles de
Lunes a Viernes de 8:00 am a 3:00 pm
Sábado y Domingo a Disponibilidad en Agenda


RECUERDA:
Reservar con anticipación para brindarte el mejor servicio.

Maje Rod

- **Pieza grafica 4**

PADRE DE LA FOTOGRAFÍA

Joseph Nicéphore Niépce,
1826, fue uno de los primeros pioneros de la fotografía. Tomó la que se considera la primera fotografía permanente conocida, llamada "La vista desde la ventana en Le Gras". Utilizó una placa de peltre y una larga exposición de varias horas.



- **Pieza grafica 5**

Información de equipo

La cámara es el componente principal del equipo fotográfico.

Hay diferentes tipos entre ellas:

1. cámaras réflex digitales (DSLR)
2. cámaras sin espejo (mirrorless)
3. cámaras compactas.
4. cámaras de teléfono.

Las DSLR y las sin espejo suelen ser populares entre los fotógrafos avanzados debido a su calidad de imagen y versatilidad.



PIEZA 5-4

- **Pieza grafica 6.**

Adivina esta pequeña TRIVIA

¿En qué año se tuvo la primera fotografía?

1.	1836
1.	1826
1.	1816

- Pieza grafica 7

PROMOCIONES

PAQUETE PREMIUM

2 hora de fotografía y video
\$ 150.00.

SOLD OUT

SOLD OUT

- Pieza grafica 8

DAGUERROTIPO

Louis Daguerre en 1839 desarrolló el **daguerrotipo**, un proceso fotográfico que permitía obtener imágenes en placas de cobre plateado. Fue el primer proceso fotográfico ampliamente utilizado.




Majo Rod

- **Pieza grafica 9**

¿Sabías qué?

William Henry Fox Talbot inventó en 1841, el **calotipo**, otro proceso fotográfico que permitía la creación de múltiples copias de una imagen a partir de un negativo. Esto fue un avance importante en la historia de la fotografía.



MajoRod

- **Pieza grafica 10**

Tip del día

Recuerda jugar con la **Profundidad de campo** en tus fotografías para destacar tu sujeto y desenfocar el fondo o viceversa.

No olvides que una apertura amplia (f/2.8, por ejemplo) crea un desenfocado de fondo (bokeh), mientras que una apertura estrecha (f/16) mantiene todo enfocado.



MajoRod

- **Pieza grafica 11**



HORARIO DE ATENCIÓN:

Estamos disponibles de
Lunes a Viernes de 8:00 am a 3:00 pm
Sábado y Domingo a Disponibilidad en Agenda


RECUERDA:
Reservar con anticipación para brindarte el mejor servicio.

Majo Rod

- **Pieza grafica 12**

Fotografía en la Guerra Civil de Estados Unidos

En 1860 durante la Guerra Civil estadounidense, se utilizaron cámaras fotográficas para documentar los eventos en el campo de batalla. Mathew Brady es conocido por su trabajo fotográfico en este período.




Majo Rod

- **Pieza grafica 13**

Información de equipo

Hablemos sobre **los lentes** son intercambiables en cámaras DSLR y sin espejo. Hay una amplia variedad de lentes disponibles para diferentes propósitos,.

Existen los lentes gran angular para paisajes.
Lentes telefoto para fotografía de acción
Lentes macro para primeros planos detallados.



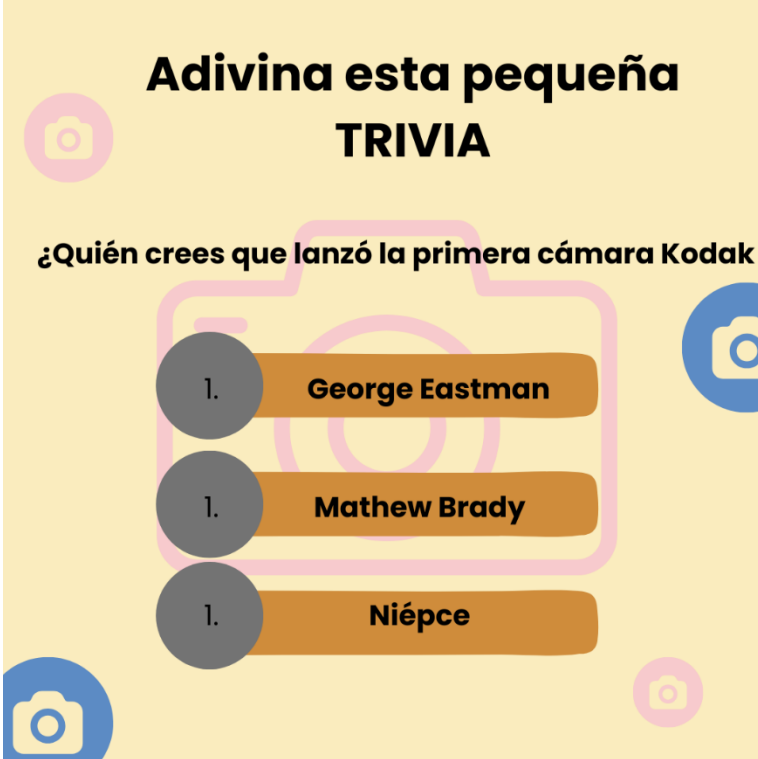
Maje Kod

- **Pieza gráfica 14**

Adivina esta pequeña TRIVIA

¿Quién crees que lanzó la primera cámara Kodak

1. **George Eastman**
1. **Mathew Brady**
1. **Niépce**



Pieza grafica 15

Tip del día

Hablemos de los **espacios negativos** a veces, dejar espacio vacío alrededor de tu sujeto puede **agregar énfasis** y dar una sensación de **amplitud o soledad**.

Este espacio negativo puede ayudar a contar una historia o resaltar el sujeto.



MajoRod

ARTES GRÁFICOS DE BUYER PERSONA

INSTAGRAM



DANIEL MAGAÑA

AVIANCA EL SALVADOR

Daniel nació en 1999, estudia 5 año de su carrera universitaria. Trabaja en atención al cliente en Avianca desde 2021. Se casará en Noviembre de este año y necesita la cobertura de su evento con fotografía y video.

Vive en Mejicanos

Estudia Licenciatura en Educación Física.

Esta Comprometido desde 2020

Su salario mensual es de 500 dólares.

Sus hobbies son:

- Jugar futbol
- escuchar música
- Ir al gimnasio.



NELLY JIMENEZ

MESERA

Nelly tiene 25 años. Empezó a trabajar en 2021. Buscas contratar un fotógrafo para su Baby Shower a realizarse en 3 semanas. Sus conocidos le recomendaron ver el trabajo de varios fotógrafos antes de elegir uno, se basó en sus cuentas de Instagram para tomar una mejor decisión.

Alquila casa en Ilopango

Trabaja en Pizza Hut

Esta Casada desde 2019

Su salario mensual es de 400 dólares.

Será mamá de una Niña



FATIMA VALLE

ASISTENTE EN GOOGLE

Fátima nació en 1997, es Licenciada en Idiomas con especialización en Turismo. Trabaja como asistente en Google. Busca contratar a un fotógrafo profesional para la fiesta del primer año de su bebé. A través, de Instagram decidió buscar al profesional adecuado.

 Vive en Soyapango

 Esta Casada desde 2021

 Su bebé cumplirá su primer año en un mes.

 Cum Laude, en Universidad Don Bosco

 Su salario mensual es de 900 dólares.

LINKEIDN



JASON ELIAS

ATENCIÓN AL CLIENTE

Tiene 23 años de edad, es Técnico en computación. Busca contratar a un fotógrafo profesional para realizar un sesión de fotos en el bautizo de su ahijado. Vio un perfil en LinkedIn y decidió buscar más profesionales para elegir al mejor y realizar su cobertura.

 Vive en Santa Tecla

 Es Soltero

 El evento se desarrollara dentro de 2 semanas.

 Trabaja en Freud.

 Su salario mensual es de 400 dólares.



JORGE SAGASTUME

CONTADOR EN YAMAHA

Nació en 1997, es Licenciado en Contaduría Pública. Busca contratar a un fotógrafo profesional para cubrir un evento deportivo que desarrolla en su Iglesia. El hace uso de LinkedIn, ya que por ese medio obtuvo su empleo, así que decidió buscar al fotógrafo en este rubro.



Vive en Zacamil



Cum Laude, en Universidad Tecnológica de El Salvador.



Esta Casado desde 2022



Su salario mensual es de 800 dólares.



El evento se desarrollará en las Instalaciones de la Parroquia a la que asiste. El proximo mes.



LILIANA PORTILLO

Liliana tiene 30 años. Se dedica a realizar pasteles para eventos de colegios, sociales e iglesias. Busca un fotógrafo que le haga una sesión de Fotos a sus productos para colocarlos en un catalogo digital. Su esposo se dio a la tarea de buscar profesionales de la fotografía en LinkedIn.



Vive en San Salvador



Estudió en una escuela culinaria de San Salvador.



Esta Casada desde 2019



Su salario mensual es de 400 dólares. A veces varía acorde a los pedidos que recibe.



Sus hobbies son:

- Caminar al menos una hora diaria
- escuchar música
- Pintar

