

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



**TÍTULO:**

**ESTRATEGIA DE MARKETING DE MARCA PERSONAL DE:**

**PAOLA HERNÁNDEZ**

**NOMBRE:**

**CARNÉ:**

**SAIRA VELINDA MEJIA ECHEVERRIA ME16034**

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

**DOCENTE DE 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, ENERO 2026**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

**MAESTRO 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

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar mis agradecimientos primeramente a Dios por permitirme culminar mis estudios superiores y ayudarme a guiar mi camino en cada etapa de las que conlleva este bonito proceso lleno de mucha dedicación, esmero y esfuerzo.

Agradezco a mi madre Olga Maritza Echeverría, quien ha sido el pilar y mi apoyo incondicional y a quien admiro por el esfuerzo que ha hecho a mi lado apoyándome en cada una de mis decisiones y en mis altos y bajos.

También este logro es en memoria de mi padre Carlos Alexander Mejia, quien desde hace muchos años no está a mi lado, pero ha sido un motivo más para querer salir adelante y llenarlo de orgullo aun que ya no esté aquí.

Agradezco a mis dos hermanos, Kelvin Echeverría y Jessica Echeverría por apoyarme y estar siempre para mi cuando lo he necesitado.

Y agradezco a mi esposo Franklin Hernández Meléndez, quien ha estado en este bonito trayecto apoyándome y quien me brindo un motivo aún más fuerte para querer superarme, mi hermosa hija Carla Itzel Hernández Mejia, quien día a día me demuestra que no hay que rendirse por más difícil que sea el camino, al final siempre hay una recompensa reflejada con todo el amor y dedicación que uno pone.

## ÍNDICE

<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	4
<b>RESUMEN</b> .....	7
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	8
<b>ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LA MARCA</b> .....	9
<b>Logo de la marca</b> .....	10
<b>FODA</b> .....	10
<b>Análisis de la competencia</b> .....	12
<b>OBJETIVOS SMART</b> .....	14
<b>S</b> .....	14
<b>M</b> .....	14
<b>A</b> .....	14
<b>R</b> .....	14
<b>T</b> .....	14
<b>DEFINICIÓN DE OBJETIVOS DE LA MARCA (BUYER PERSONA)</b> .....	16
<b>Buyer persona</b> .....	16
<b>Segmentación de público objetivo</b> .....	17
<b>SELECCIÓN DE CANALES DIGITALES</b> .....	18
<b>Facebook:</b> .....	18

<b>Instagram:</b> .....	19
<b>PLAN DE CONTENIDO</b> .....	20
<b>Pilares de contenido</b> .....	20
<b>ESTRATEGIA DE SEO</b> .....	23
<b>Keywords</b> .....	23
<b>MEDICIÓN Y ANÁLISIS</b> .....	26
<b>KPIs</b> .....	26
<b>CALENDARIO DE CONTENIDO</b> .....	28
<b>Calendario de contenido Instagram</b> .....	29
<b>Calendario de contenido Facebook</b> .....	35
<b>REFERENCIAS</b> .....	41

## **RESUMEN**

El presente trabajo trata sobre la estrategia de marketing de la marca personal “Paola Hernández”; este documento es parte de los conocimientos recibidos en el Curso de Especialización en Medios Digitales y Redes Sociales, para optar al título de Licenciatura en Periodismo. En donde adquirí los conocimientos para crear perfiles de aquellas personas que quieren crear contenido en las diversas plataformas virtuales y la manera en que se cumplirán sus objetivos, a través de formas de comunicación hacia los usuarios de esta generación.

Actualmente vivimos en una sociedad donde gira alrededor del mundo virtual y su desarrollo tecnológico, entre esto las populares redes sociales, es por ello que el marketing digital es de vital importancia en estos días ya que, a través de métodos para poder interactuar con las nuevas generaciones, y así lograr resaltar un producto, mensaje o una persona con la creación de contenido, mantener la tendencia y familiarizarse con los consumidores.

Por ello se analizarán y estudiarán los pasos para llevar a cabo la marca “Paola Hernández”, la cual se dedica a dar cursos de fotografía profesional y a la vez generar impacto social a través de la fotografía.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad los medios digitales y las redes sociales radica en su capacidad para conectar instantáneamente a personas y mercados a nivel global, facilitando el acceso rápido a información, nuevas formas de aprendizaje y oportunidades de negocio o personales, a través de la comunicación directa, creación de comunidades, expresión individual y promoción de causas sociales.

El marketing es indispensable en todas las empresas de hoy en día para vender más y mejor un producto o servicio. Con la transformación digital también ha habido una evolución del marketing ya que en la actualidad vivimos en una era digital en constante cambio y a la que el ser humano debe adaptarse.

Po ello es importante para la marca que se haga una estrategia, donde se analizará según las cualidades que estas tengan, el público al que aspiren, las redes que les conviene más para alcanzar los objetivos que desean fortaleciendo su propia identidad.

De este modo, la marca personal “Paola Hernández” busca implementar estos elementos para obtener un buen impacto en las redes sociales de Facebook e Instagram donde se centra su público meta.

## **ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LA MARCA**

### **Presencia digital actual**

La marca Paola Hernández pretende ayudar a aquellas personas que les interesa el fotoperiodismo, a través de cursos profesionales para poder conocer todo lo relacionado en dicho ámbito. Para ello se analizó las redes de Facebook e Instagram, la cuales tienen potencial para poder difundir ese tipo de contenido y así generar un mayor alcance en ambas plataformas.

“Paola Hernández” nace a través de la necesidad de generar conciencia social con fotografía que den un mensaje y a su vez se obtenga un buen manejo fotográfico para desenvolverse en el ámbito laboral, ya que es algo primordial en las redes sociales y que actualmente son de gran demanda.

Por ello se brindan cursos económicos desde los \$25.00 para que sea accesible y más personas se interesen en los servicios.

## Logo de la marca



## FODA

### Fortalezas:

- Accesibilidad económica con clases a bajo costo.
- Mayor impacto y conciencia social a través de una fotografía.
- Se busca impartir clases dinámicas para diferenciarnos de la competencia.
- Diversidad de cursos virtuales y presenciales.
- Buscamos que el cliente aprenda de una manera innovadora a través de las redes sociales.

### Oportunidades:

- Contribuye a una mejor visión de concientización social.
- Con la modalidad virtual es accesible **tanto a clientes nacionales como internacionales.**

- Podemos contribuir a resolver necesidades sociales.
- Nos adaptamos a las necesidades tecnológicas para innovar.
- Ayudamos a poder encontrarles una oportunidad laboral al finalizar los cursos.

#### **Debilidades:**

- Hay poco interés en la marca debido a su corto tiempo de creación.
- Su bajo presupuesto afecta al alcance publicitario en RRSS.
- Poco equipo fotográfico para impartir las clases.
- Se necesita más personal para brindar las clases.
- Debe de mejorar su presupuesto económico.
- No posee espacio físico.

#### **Amenazas:**

- En la actualidad es un rubro bastante demandado.
- Falta de interés por los clientes.
- Poca difusión en las redes sociales.
- No obtener el alcance esperado.
- Generar poco ingreso económico.

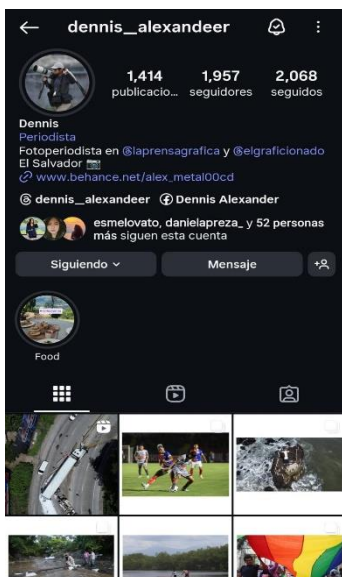
**FODA** como dice en sus siglas (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) fue creado por (Humphrey, 1960), es una herramienta de estudios para hacer análisis sobre estrategias empresariales e institucionales.

Con el conocimiento de estas cuatro características, se puede identificar qué puntos tomar en cuenta a la hora de aplicar las estrategias, se ven los recursos con los que cuenta la marca personal y que se puede mejorar.

## Análisis de la competencia

### Fotoperiodista dennis\_alexandeer

Este es un perfil de Instagram de un fotoperiodista que busca mostrar la realidad a través de sus fotografías noticiosas y de conciencia social.



En este perfil podemos ver que acá se postean fotografías para mostrar la realidad que se vive en la labor periodística y la cual se mantiene con mayor actividad en la red social de Instagram, el cual tiene 1,957 seguidores.

### Fotoperiodista guevara\_project\_photography

Es un periodista salvadoreño que realiza diferente contenido fotográfico, desde publicidad, noticias, eventos y realidad social para difundirlo en la plataforma de Instagram desde el año 2022



Acá se observa cómo se realiza el trabajo de un fotógrafo profesional y los servicios que brinda a través de la red social Instagram como una fuente de empleo o pasatiempo profesional, con un alcance actual de 2,922 seguidores.

## **OBJETIVOS SMART**

Las siglas de los objetivos SMART significan Specific, Measurable, Attainable, Relevant y Time-bound, por lo tanto, los objetivos SMART son aquellos objetivos que son específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un límite de tiempo.

Por lo tanto, la metodología SMART sirve para concretar objetivos y escribirlos de manera que se puedan conseguir. Además, el método SMART es muy útil para establecer objetivos porque obliga a que estos sean cuantitativos y fija un límite de tiempo. (Balderix, 2025)

### **S**

- Con esta marca se pretende alcanzar un mayor número de seguidores tanto en Facebook como en Instagram.

### **M**

- Tener un aproximado de 600 seguidores en seis meses y así sucesivamente.

### **A**

- Crear pautas publicitarias que ayuden a tener un mayor alcance en ambas plataformas.

### **R**

- El poder tener un mayor número de seguidores será de gran ayuda para posicionar la marca.

### **T**

- Dentro de los próximos seis meses.

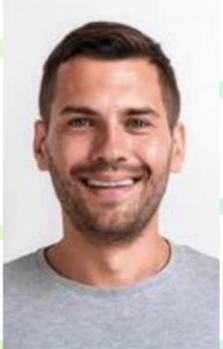
**Objetivo SMART:** Se espera que en los próximos seis meses se genere un incremento de 600 seguidores, tanto en la plataforma de Facebook como en la de Instagram.

# DEFINICIÓN DE OBJETIVOS DE LA MARCA (BUYER PERSONA)

## Buyer persona

Un buyer persona es el perfil detallado de tu cliente ideal, basado en datos reales y observaciones clave. Representa quién es, qué necesita, qué problemas enfrenta y cómo puedes ayudarlo. Es una herramienta poderosa que alinea tus estrategias de marketing, ventas y servicio para conectar mejor con tu audiencia. (Pursell, 2025)

**Enrique Aguirre**



**Miedos y frustraciones**

- No lograr sacar adelante mi empresa.
- Quiebrar económicamente.
- No lograr mis sueños.

**Intereses**

- Jugar videojuegos.
- Viajar.
- Escuchar música.
- Salir a caminar.

**Comportamiento**


- Leer información sobre el manejo de una empresa.
- Leer sobre autos.
- Ver series de vehículos.

**Objetivos y Necesidades**

- Poner una concesionaria de vehículos.
- Crear una empresa accesible de venta de vehículos.

**EDAD** 40 años  
**SEXO** Hombre  
**PAÍS** El Salvador  
**EDUCACIÓN** Universidad  
**TRABAJO** Emprendedor  
**ESTADO CIVIL** Divorciada

**Marisela Maldonado**



**Miedos y frustraciones**

- Ser despedida de su trabajo.
- No tener tiempo para sus hijos.
- No tener la capacidad para controlar la empresa.

**Intereses**

- Pasar tiempo con sus amigos.
- Leer.
- Escuchar música.

**Comportamiento**


- Leer libros sobre publicidad y nuevos tipos de perfumes.
- Aprender sobre franquicias.
- Ver videos de creación de perfumes.

**Objetivos y Necesidades**

- Lograr poner su propia perfumera.
- Crear una loción.

**EDAD** 44 años  
**SEXO** Hombre  
**PAÍS** El Salvador  
**EDUCACIÓN** Universidad  
**TRABAJO** Vendedora de perfumes  
**ESTADO CIVIL** Divorciada

**Sonia Salguero**



**Miedos y frustraciones**

- Que los planes se salgan mal.
- No dar lo mejor de mí.
- No cumplir mis sueños.

**Intereses**

- Pasar tiempo con sus perros.
- Achar.
- Leer.
- Ver películas y documentales.
- Estudiar.

**Comportamiento**

- Lee sobre moda infantil.
- Practica sobre las recomence
- En su profesional habla con personas especializadas en la rama del marketing digital.

**Objetivos y Necesidades**

- Tener una empresa que se dedique a la venta de ropa infantil.
- Ser reconocida como una de las empresas accesibles por su precio y calidad en las prendas.

**EDAD** 24 años  
**SEXO** Mujer  
**PAÍS** El Salvador  
**EDUCACIÓN** Universidad  
**TRABAJO** Emprendedora  
**ESTADO CIVIL** Noviazgo

**Ricardo Peralta**



**Miedos y frustraciones**

- Que sea más difícil aprender sobre los cursos.
- Quedarme sin trabajo.
- No lograr cumplir mis sueños.

**Intereses**

- Pasar tiempo con amigos.
- Hacer ejercicios.
- Cocinar.
- Ir al gym.
- Leer sobre marketing.

**Comportamiento**

- Estudia sobre aprendizajes como landing page, ecommerce, marketing digital.
- Ve videos sobre sobre estudios sobre el marketing.

**Objetivos y Necesidades**

- Aprender sobre el Social Media para expandir en la empresa donde labora.
- Hacer mi empresa sobre publicidad digital.

**EDAD** 25 años  
**SEXO** Hombre  
**PAÍS** El Salvador  
**EDUCACIÓN** Universidad  
**TRABAJO** Community Manager  
**ESTADO CIVIL** Noviazgo

## **Segmentación de público objetivo**

La segmentación sirve para focalizar a los grupos a los que irá dirigido el contenido, y así ver el éxito de las mismas, esto se hará con una investigación de los intereses de diversas personas en relación al fotoperiodismo, como estudiantes, Periodistas y maestros que puedan interesarse en este rubro, ya sea como aporte en su labor o de manera académica.

Para la marca que se trabajará se eligió al siguiente público:

- **Personas interesadas en el fotoperiodismo.**
- **Entre los 16 a 60 años.**

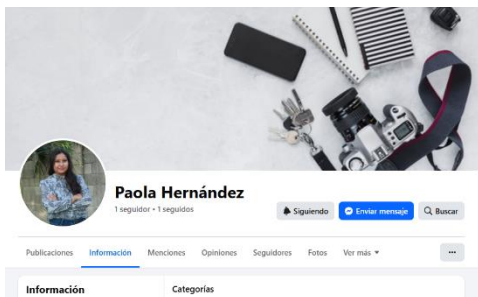
## SELECCIÓN DE CANALES DIGITALES

Hoy en día las redes sociales se han vuelto parte de la vida cotidiana, siendo un factor esencial en el ámbito de los canales digitales, ya que los canales de marketing abarcan todas las entidades involucradas en el movimiento de productos desde el productor hasta el consumidor final. Estas entidades incluyen mayoristas, distribuidores, minoristas y plataformas en línea. Cada canal juega un papel distintivo para asegurar que los productos estén disponibles para los clientes donde y cuando los deseen.

Para una marca es primordial, seleccionar una plataforma digital para difundir la información que se quiere dar a conocer, a diferencia de los medios tradicionales, publicar contenido en redes sociales es más económico, sencillo y puede aumentar la visualización de muchas personas.

Para la marca “Paola Hernández” se han tomado dos redes sociales los cuales sobresalen en el rubro de enseñanza de la fotografía, los cuales son los siguientes:

### Facebook:



Se escogió la plataforma de Facebook debido a que tiene buen alcance para difundir el fotoperiodismo con conciencia social, ya que la audiencia contribuye a que se difunda más rápido y así llegar a más personas y lograr uno de los principales objetivos de la marca. (Hernandez, 2024)

## Instagram:



De igual forma se eligió la plataforma de Instagram debido a que tiene diversas opciones para realizar pautas publicitarias ya sea en historias o post y que se realicen en simultáneo con Facebook y así obtener el alcance esperado en esta red donde su fuerte es el

mundo fotográfico y la creatividad que acá se puede obtener. (Hernandez, 2024)

## **PLAN DE CONTENIDO**

### **Pilares de contenido**

Son temas o categorías amplias y generales que representan los principales intereses de la audiencia, son los temas centrales que se ocuparán en la marca, lo más recomendable es que cada empresa, persona o institución debe tener sus propios pilares de contenido para ordenar las ideas de los temas que se verán en las redes sociales elegidas.

En el caso de la marca que se está trabajando se tomaron los siguientes:

#### **Marketing de contenido:**

Con este elemento se mostrará una diversidad de infografía que ayude a los seguidores a comprender de qué manera se realizará el trabajo de fotografía y de este modo poder llamar su atención y generar cada vez una mayor interacción, el cual se pretende desglosar de la siguiente manera:

- Post sobre datos interesantes en la práctica de la fotografía.
- Publicar carruseles con datos importantes de la fotografía social.
- Crear reels sobre tips y la historia de la fotografía.

#### **Brandings:**

El branding en marketing digital es la base sobre la cual se construyen todas las demás acciones de marketing, asegurando que la presencia en línea de la marca sea coherente, impactante y alineada con sus objetivos a largo plazo, para la marca “Paola Hernández” se busca llegar a una diversidad de público con contenido creativo y fácil de comprender

#### **Ventas:**

Este pilar nos servirá para ofrecer servicios personalizados y cursos en el rubro para aquellas personas interesadas en entrar de lleno al ámbito fotográfico, por lo que en este apartado se ofrecerá el siguiente contenido.

- Posteo de historias sobre los cursos a ofrecer de fotografía.
- Publicar post sobre las promociones en la inscripción de los cursos fotográficos.
- Se publicarán reels sobre las fechas de inscripción e inicio de los cursos fotográficos.

Interacciones:

Para poder interactuar con cada uno de los seguidores de cada red social se realizarán historias interactivas en donde se pondrán encuestas o reacciones y de este modo lograr que las personas se sientan más cercanos hacia la marca “Paola Hernández” vean el día a día, las experiencias con los temas y como crea el contenido.

- Historias con encuestas para poder medir el nivel de interacción.
- Realizar preguntas en la descripción de los post para generar más comentarios de los usuarios.

Informativo:

Es importante mostrarle a cada uno de los usuarios la importancia del fotoperiodismo, por lo que se publicara contenido que contribuya a llamar la atención de cada uno con datos de su interés.

- Historias sobre la fotografía social y su importancia.
- Post con datos relevantes de la fotografía.

- Post sobre los diferentes tipos de fotografía que se pueden realizar.

## ESTRATEGIA DE SEO

### Keywords

Llamadas palabras clave son el instrumento de una investigación y sirve para optimizar el SEO, así se sabe cuál es la palabra que busca la persona mediante un navegador, generalmente estas palabras que son buscadas por los usuarios son las que más se deben mencionar en el contenido, para que logre ser consumido.

Para buscar estas palabras existen algunas páginas como: Google Trends, Keyword Planner Tool de Google, Ubersuggest y etc.

Para la marca “Paola Hernández” se ocuparon las keywords que se mostrarán en cada pilar a continuación:

Marketing de contenido:

- Fotografía análoga
- Fotografía
- Imagen
- Suceso
- Historia
- Eventos
- Historia
- Educación
- Acontecimiento
- Tecnología
- Marketing.

## Branding:

- Empatía
- Conciencia social
- Impacto
- Respeto
- Humanidad
- Tradiciones
- Memoria visual
- Seriedad
- Actualidad

## Ventas:

- Redes
- Cursos
- Online
- Descuentos
- Bajo costó
- Composición
- Iluminación
- Técnica
- Fotográfica

- Nivel básico

Interacciones:

- Marketing
- Sociedad
- Jóvenes
- Innovación
- Likes
- Trending
- Actualidad
- Creatividad
- Interactivo
- Fluidez
- Dinámico

Informativo:

- Cámara digital
- Hechos
- Composición
- Historia
- Actualidad
- Teórico
- Fotógrafo

## MEDICIÓN Y ANÁLISIS

### **KPIs**

Los KPIs en marketing son métricas cuantificables que evalúan la efectividad de tus estrategias, midiendo desde la visibilidad de marca (tráfico web, seguidores) y el engagement (interacciones, clics) hasta la generación de leads (costo por lead, conversiones) y el retorno de la inversión (ROI). Permiten tomar decisiones informadas para optimizar campañas, ajustar el presupuesto y demostrar el valor de las acciones de marketing, enfocándose en objetivos como branding, leads, ventas y satisfacción del cliente.

En la marca “Paola Hernández” los indicadores se medirán según los objetivos SMART y esto fue lo logrado:

**S:** Se pretende alcanzar un mayor número de seguidores tanto en Facebook como en Instagram.

**KPI 1:** Para poder cumplir con este objetivo se crearon las fanpage de Facebook Instagram para comenzar a obtener seguidores ya que se está empezando desde cero en ambas plataformas.

**KPI 2:** Se implementó una línea grafica formal y un poco serio debido al servicio de venta e impacto social que se tendrá.

**M:** Tener un aproximado de 600 seguidores en seis meses.

**KPI 1:** Para poder lograr ese número de seguidores se realizarán publicaciones cinco veces por semana a fin de tener mayor tráfico en las redes y así llegar cada vez a más personas.

**KPI 2:** Se publicarán historias, reels y post en diferentes horarios del día.

**PKI 3:** Se harán historia con formatos interactivos con los seguidores y conocer temáticas de su interés.

**A:** Crear pautas publicitarias que ayuden a tener un mayor alcance en ambas plataformas.

**KPI 1:** Se harán descuentos en los cursos en lapsos de cada dos semanas o cada mes.

**KPI 2:** Se hará el uso de Giveaway para generar interacción con los seguidores y compartan las fanpages a más personas.

**R:** El poder tener un mayor número de seguidores será de gran ayuda para posicionar la marca.

**KPI 1:** Se hará el uso de pautas publicitarias cada semana a fin de llegar a más personas que se interesen en el fotoperiodismo.

**KPI 2:** El uso de trends de ambas redes ayudara tener mejor alcance al igual que usuarios.

**T:** Dentro de los próximos 6 meses.

**KPI 1:** Se harán estudios y mediciones cada mes del avance que tendrán las paginas para verificar que la estrategia esté funcionando.




**KPI 2:** Si la estrategia no llegara a funcionar como se espera se crearía otra planificación a fin que sea efectiva y obtener mejores resultados.




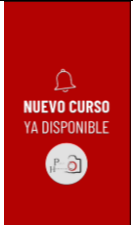
## **CALENDARIO DE CONTENIDO**



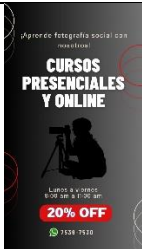
Para una estrategia es importante un calendario de contenido, ya que esta nos dirá los días y las horas que se va a publicar, y así hacer más fácil la organización del contenido, se hacen copys para mantener las ideas que se van a transmitir, así como los links y las infografías que se añadirán todos ellos se pondrán con los pilares de contenido.




Es por ello que en la marca “Paola Hernández” se verá el calendario de contenido donde se muestra el manejo de las publicaciones durante dos semanas en las plataformas de Instagram y Facebook entre el 16 de septiembre al 15 de octubre del año 2024.

### Calendario de contenido Instagram.


Fecha	Hora	Tipo de contenido	Plan de contenido	Copy	Descripción grafica
16 de septiembre	10:00 am	Post de Instagram	MKT de contenido	<p>¿Qué es el fotoperiodismo social? ☐</p> <p>En nuestro perfil te explicamos un poco acerca de que consiste y lo relacionado a ello 📷😊</p> <p>#fotografiasocial #marketing #elsalvador</p>	
18 de septiembre	4:00 pm	Carrusel de Instagram	MKT de contenido	<p>Conoce 5 tips básicos en fotografía 📷</p> <p>Recuerda tener en cuenta cada uno de ellos para poder ser un experto en el ámbito fotográfico 😊📷100</p> <p>* Puedes inscribirte a nuestros cursos Online dejándonos un DM.</p>	
20 de septiembre	5:00 pm	Historia de Instagram	Branding	<p>Se postearía con una canción de fondo para verse un poco más llamativo</p>	
25 de septiembre	6:00 pm	Post de Instagram	Venta	<p>¿Te interesa aprender fotografía profesional? 😊</p>	

				<p>Puedes aprender con nosotros en nuestros diversos cursos con horarios y precios accesibles 📷100 📄</p> <p>Inscríbete ahora y tendrás un descuento especial. 😊</p>	
27 de septiembre	10:00 am	Historia de Instagram	venta	<p>Se postearía la historia con una música de fondo y con el enlace de nuestra página de Facebook para que vayan a seguirnos.</p>	
29 de septiembre	1:00 pm	Carrusel de Instagram	MKT de contenido	<p>¿Prácticas la regla de los tres tercios en tus fotografías? 📄</p> <p>Tenlo muy en cuenta a la hora de realizar tus fotografías para obtener excelentes resultados 😊📷100</p> <p>#elsalvador #fotografia #fyp 🇸🇻</p> <p>#marketing</p>	
30 de septiembre	9:00 am	Reel de Instagram	Informativo	<p>¡Contamos con nuevos cursos disponibles! 📞😊</p> <p>📄 Escríbenos por de DM o a nuestro WhatsApp 7539-7530 para mayor información.</p>	
1 de octubre	9:00 am	Post de Instagram	Venta	<p>¡Recibe 15 clases de fotografía completamente en línea para</p>	



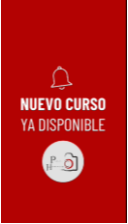
				<p>conocer datos importantes de la fotografía social! ☐</p> <p>Si eres de los que cuenta con poca disponibilidad de tiempo está es tu oportunidad, contamos con cursos online que se adaptan a tu horario.</p> <p>😊📷100👤</p> <p>📱 Has tu reservación a nuestro WhatsApp: 7539-7530 #cursosonline #fotografia #elsalvador #marketing</p>	
2 de octubre	4:00 pm	Reel de Instagram	Informativo	<p>¿Quieres aprender técnicas creativas en tus fotografías? 😊</p> <p>Síguenos en nuestras redes sociales y conoce datos interesantes que te ayudarán en el ámbito fotográfico.</p> <p>📷100👤</p> <p>#marketingRRSS #fotografia #elsalvador</p>	
4 de octubre	8:00 am	Historia de Instagram	venta	<p>Se postearía la historia con una música de fondo de trending.</p>	




6 de octubre	3:00 pm	Historia de Instagram	Branding		
7 de octubre	11:00 am	Reel de Instagram	MKT de contenido	<p>¿Cuál es el impacto de la fotografía en la sociedad?</p> <p>La fotografía tiene el poder de generar gran impacto en la sociedad a través de la realidad que nos rodea 📷</p> <p>Conoce más sobre ellos en nuestros cursos teoricos y prácticos de lunes a viernes 😊📷100👉</p> <p>#fotografiasocial #periodismo #fyp シ #elsalvador</p>	
9 de octubre	6:00 pm	Historia de Instagram	Branding	<p>Se postearía la historia con una caja de encuesta con las opciones de “me interesa” y “no me interesa” para contactar a quienes estén interesados</p>	





10 de octubre	6:00 pm	Historia de Instagram	Branding	Se postearía la historia con una canción de fondo en trending y un botón de reacción con el emogi de “me asombra”	
12 de octubre	10:00 am	Post de Instagram	Branding	<p>¡GIVEAWAY! 📷</p> <p>Participa en el sorteo de un curso fotográfico de un mes completamente gratis. ☐</p> <p>TÚ!!! Puedes ser el ganador, ¿Qué debes hacer?</p> <p>REQUISITOS ✓</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comentar este post porque quieres ser el ganador.</li> <li>2. Seguirnos en Instagram y Facebook:</li> </ol> <p>@pao109hernan Paola Hernández</p> <p>⚠ El sorteo se realizará el 18 de octubre.</p> <p>#sorteo #sorteoelsalvador #giveaway</p>	

15 de octubre	3:00 pm	Historia de Instagram	Branding	Se postearía la historia para recordar que pueden participar en el GIVEAWAY de esa semana y se adjuntara el link de la publicación donde tiene que participar.	
---------------	---------	-----------------------	----------	--	---




### Calendario de contenido Facebook.


Fecha	Hora	Tipo de contenido	Plan de contenido	Copy	Descripción grafica
16 de septiembre	10:00 am	Post de Facebook	MKT de contenido	<p>¿Cuál es la función social de la fotografía? ☐</p> <p>Este y muchos más datos importantes de la fotografía te los explicamos en nuestros cursos</p> <p>😊📷100</p> <p>#fotografiasocial #online #elsalvador</p>	
17 de septiembre	1:00 pm	Post de Facebook	MKT de contenido	<p>¿Sabes cuáles son las principales características del fotoperiodismo?</p> <p>Esto y más puedes aprender con nosotros en nuestra variedad de horarios... 😊📷100👉</p> <p>#fyp👉 #elsalvador #fotografia #marketing</p>	
19 de septiembre	3:00 pm	Reel de Facebook	Informativo	<p>¡Contamos con nuevos cursos disponibles! 🔔😊</p> <p>📱 Escríbenos por de DM o a nuestro WhatsApp 7539-7530 para mayor información.</p>	
20 de septiembre	9:00 am	Post de Facebook	Ventas	<p>¡Aprovecha nuestra increíble promoción a tan solo \$25.00</p>	

				<p>dólares en curso presencial y online! 😊</p> <p>➡️ Para mayor información puede escribirnos a nuestro WhatsApp 7539-7530 #cursofotografico #foto #elsalvador #marketing</p>	
22 de septiembre	9:00 am	Historia de Facebook	Branding	Se postearía la historia con una canción de fondo en trending.	
23 de septiembre	9:00 am	Post de Facebook	Branding	<p>¡GIVEAWAY! 📷</p> <p>Participa en el sorteo de un curso fotográfico de un mes completamente gratis. ☐</p> <p>TÚ!!! Puedes ser el ganador, ¿Qué debes hacer?</p> <p>REQUISITOS ✓</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comentar este post porque quieres ser el ganador.</li> <li>2. Seguirnos en Instagram y Facebook:</li> </ol>	

				<p>@pao109hernan Paola Hernández</p> <p>⚠ El sorteo se realizará el 30 de octubre. #sorteo #sorteoelsalvador #giveaway</p>	
25 de septiembre	9:00 am	Historia de Facebook	Branding	<p>Se postearía la historia para recordar que pueden participar en el GIVEAWAY de esa semana y se adjuntara el link de la publicación donde tiene que participar.</p>	
27 de septiembre	5:00 pm	Post de Facebook	MKT de contenido	<p>¿Qué elementos debemos tomar en cuenta a la hora de realizar fotoperiodismo? <input type="checkbox"/></p> <p>Cumplir con esta labor es de gran importancia para mostrar a la sociedad la realidad y belleza que se puede captar en una imagen</p> <p><input type="checkbox"/>  100 </p> <p>📍 Recuerda que puedes inscribirte en nuestros cursos a través del WhatsApp: 7539-7530 #elsalvador #fotografia #marketing</p>	

29 de septiembre	8:00 am	Historia de Facebook	ventas	Se postearía la historia con una música de fondo y con el enlace de nuestro perfil de Instagram para que vayan a seguirnos.	
30 de septiembre	6:00 pm	Post de Facebook	MKT de contenido	<p>¡Conoce los diferentes ángulos fotográficos que puedes realizar para obtener los mejores resultados! □</p> <p>Con nosotros puedes conocer cada uno de ellos y diversas técnicas que ayudarán a obtener lo que queremos en fotografías 😊📷100👤</p> <p>#mktdecontenido #elsalvador #fotografía fypシ</p>	
2 de octubre	3:00 pm	Post de Facebook	MKT de contenido	<p>La composición fotográfica es un elemento muy inteligente que debemos tener en cuenta 😊</p> <p>Conoce datos importantes como este en nuestros cursos online y presencial 📷👤100👤💻</p> <p>#foto #periodismo #mktdigital #elsalvador</p>	
4 de octubre	10:00 am	Post de Facebook	MKT de contenido	<p>¡Teoría del color! Temas como este y más que estén relacionados a la práctica fotográfica son impartidos en</p>	

				<p>nuestros cursos fotográficos</p> <p>😊📷100👤</p> <p>📍Contáctanos en nuestras redes sociales o a través del WhatsApp: 7539-7530</p> <p>#cursosfotograficos #redessociales #marketing #elsalvador</p>	
6 de octubre	9:00 am	Post de Facebook	MKT de contenido	<p>¡La iluminación es un factor muy importante a la hora de realizar las fotografías y el tipo de fotografía que se vaya hacer! 😊</p> <p>Puedes seguirnos en nuestras redes sociales para visualizar más contenido de este tipo 📱📷😊100</p> <p>#fotografía #iluminacion #elsalvador fyp👉</p>	
8 de octubre	5:00 pm	Post de Facebook	MKT de contenido	<p>¡Tipos de iluminación! Esto y más puedes aprender con nosotros en los cursos fotográficos 😊📷100</p> <p>Solo escríbenos y te brindamos detalles de los temarios y las prácticas que puedes realizar para ser un buen fotoperiodista social.</p> <p>😊📷</p> <p>#fotografía #mktdecontenido #elsalvador fyp👉</p>	

10 de octubre	8:00 am	Post de Facebook	Ventas	<p>¡Lo que estabas esperando! 😊  Nuestra increíble promoción de Black Friday de hasta el 70% de descuento en los cursos fotográficos online.</p> <p>Aprovecha este día e insíbete con este súper descuento 📱 📷 100 📱</p> <p>📱 Para más información puedes escribirnos al WhatsApp: 7539-7530  #blackfriday #elsalvador  #cursofotografico fyp 🙌</p>	 <p>A promotional graphic for Black Friday. It features a camera lens in the foreground, with a hand holding a flower in the background. The text 'BLACK FRIDAY' is prominently displayed in white on a black background. Below it, a red banner says 'HASTA UN 70% OFF'. There is also a small '3' icon in the bottom right corner of the graphic.</p>
---------------	---------	------------------	--------	---	--

## REFERENCIAS

Balderix, A. (2025). *Academia Balderix*. Obtenido de

<https://www.probabilidadyestadistica.net/objetivos-smart/>

Hernandez, P. (2024). *Paola Hernandez*. Obtenido de

<https://www.facebook.com/profile.php?id=61564286526285&sk=about>

Pursell, S. (2025). *HubSpot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/que-son-buyer-personas#que-es>