

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



TÍTULO:

ESTRATEGIA DE MARKETING DE MARCA PERSONAL DE: LISBETH AYALA

PRESENTADO POR:

ENRIQUE ALEXANDER FLORES ORTIZ

CARNÉ:

(FO13015)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS
DIGITALES Y REDES SOCIALES PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO 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,
NOVIEMBRE DE 2024.**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA

VICERRECTOR ACADÉMICO

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS

SECRETARIO GENERAL

LICENCIADO PEDRO ROSALIÓ ESCOBAR CASTANEDA

FISCAL GENERAL

LICENCIADO CARLOS AMILCAR MEJÍA RIVERA

DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

LICENCIADO LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

MAESTRO JULIO CESAR GRANDE RIVERA

VICEDECANA

MAESTRA MARY CRUZ JURADO

SECRETARIO

MAESTRA NATIVIDAD DE LAS MERCEDES TESHE PADILLA

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

JEFE DE DEPARTAMENTO

MAESTRO EDIS EDGARDO MONGE LUNA

COORDINADOR GENERAL DE PROCESO DE GRADUACIÓN

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, le agradezco a Dios por permitirme haber culminado esta etapa de mi vida dándome mucha inteligencia y paciencia a lo largo de este camino para poder alcanzar este objetivo.

Además, **a mi mamá, Morena del Carmen Ortiz**, por ayudarme en todo momento y siempre brindarme su apoyo incondicional.

Es por eso, que este título es dedicado a ella, ya que luchó para que nunca me faltara nada. Le debo total admiración y respeto porque nunca dudó de mi potencial a pesar de las adversidades.

También, **a mi hermana, psicóloga Diana Carolina Flores Ortiz**, por estar siempre apoyándome cuando lo necesitaba. Siendo ella y mi mamá los pilares más importantes en mi vida en todo momento.

A mi prima, **arquitecta Liliana Sofía Ortiz Servellón**, por brindarme su apoyo en todo momento.

Este logro no hubiera sido posible sin la colaboración de ellas.

También, agradezco **a mi mejor amiga, la doctora Yeymy Gabriela Argüello Molina**, por todas las veces en las que dio ánimos para poder culminar mi carrera y estar siempre en los malos momentos.

A mi amiga Gaby Martínez, por estar siempre cuando la necesitaba y alegrarse por todas las buenas cosas que lograba.

Por último, agradezco a todos mis compañeros, amigos y personas que me ayudaron de una forma u otra para poder finalizar mis estudios universitarios.

ÍNDICE

RESUMEN.....	5
INTRODUCCIÓN	6
ANÁLISIS SITUACIÓN DE LA MARCA PERSONAL.....	7
INFORMACIÓN DE LA MARCA PERSONAL	9
SERVICIOS.....	10
FODA	11
DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS.....	12
PÚBLICO OBJETIVO.....	13
BUYER PERSONA	14
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	21
MARCA PERSONAL GABO AQUINO FOTO.....	22
MARCA PERSONAL EMERSON DEL CID.....	24
MARCA PERSONAL DENNIS ALEXANDER ARGUETA.....	26
MARCA PERSONAL GRACIELA SÁNCHEZ	28
MARCA PERSONAL ROBERTO ANAYA	30
MARCA PERSONAL FRANCISCO RUBIO.....	32
CANALES DIGITALES POR UTILIZAR.....	35
PLAN DE CONTENIDOS	36
ESTRATEGIA SEO	38
MEDICIÓN Y ANÁLISIS	40
CALENDARIO DE CONTENIDOS.....	42
BIBLIOGRAFÍA.....	62

RESUMEN

El siguiente trabajo es la presentación de la estrategia de la marca personal Lisbeth Ayala, enfocada en la Fotografía. La cual, se desarrolla dentro del ámbito del fotoperiodismo trabajando dos redes sociales Instagram y LinkedIn. El informe incluye la información de la marca, así como un plan estratégico para dar a conocer la marca, con esto se quiere dar a conocer que se inicia desde cero. A través de estas redes sociales mencionadas se publicará lo que es el servicio de la marca y la importancia de contar con la fotografía. Para lograr un posicionamiento por medio de herramientas y técnicas. El objetivo principal es crecer como empresa y llegar a un público meta que esté interesado en generar seguidores en sus páginas de redes sociales. Para alcanzar todo este plan primero se hace una revisión de la competencia, asimismo, generar planes de contenido seguido de un calendario de publicaciones con ello se posicionará la marca personal.

Palabras clave: fotografía, fotoperiodismo, redes sociales, estrategia, marca personal, eventos.

INTRODUCCIÓN

Con la estrategia digital se busca establecer un orden y una planificación para alcanzar los objetivos establecidos de la marca. En dicha estrategia se realiza un análisis de la situación de la marca personal, así como una detallada explicación del logo para las redes sociales. Además, en la estrategia se dan a conocer los servicios que la marca ofrece de una forma muy bien explicada para los potenciales clientes. En otro de los puntos de la estrategia se da a conocer el FODA de la marca. Por otro lado, se definen los objetivos que dicha marca espera poder lograr. Asimismo, se crean 6 Buyer Persona para imaginar los tipos de clientes que podría tener la marca y poder ofrecer un mejor servicio de cara al futuro. Como último punto se realiza un análisis de la competencia en el rubro de la fotografía, esto para poder conocer cuáles podrían ser las ventajas de la marca sobre otras personas en las redes sociales.

ANÁLISIS SITUACIÓN DE LA MARCA PERSONAL

Las redes sociales sin duda son muy utilizadas y sirven como una herramienta personal y profesional que ayudan a poder ofrecer servicios profesionales.

Por ello, se necesitan fotógrafos, los cuales sirven de gran manera para documentar todo tipo de eventos.

La marca personal Lisbeth Ayala Visual es creada en San Salvador, El Salvador para brindarle servicios a los usuarios en:

- Fotografías para eventos sociales.
- Fotoperiodista.
- Edición de vídeos.
- Creadora de contenidos.

Lisbeth Ayala inicia desde cero en LinkedIn con el objetivo de dar a conocer su trabajo.

Por otro lado, en Instagram se usará un perfil profesional que será enfocado en dar a conocer los eventos que se cubren.

Con esto la marca personal Lisbeth Ayala busca dar confianza a los clientes para cubrir todo tipo de eventos que requieran.

Enlace de LinkedIn:

<https://www.linkedin.com/in/lisbeth-ayala-0173a3318/>

Enlace de Instagram:

<https://www.instagram.com/lisbethayala699?igsh=cG81M2x4YTQ5a296>

Para esta marca personal se crea un logo para poder identificarse. En el diseño se coloca una cámara con los bordes en color rojo y dentro de ella un círculo junto a las iniciales del nombre y apellido “LA” en color negro, además abajo y en el centro se escribió el nombre completo “Lisbeth Ayala” en color rojo claro.

Asimismo, se escribe la marca “Visual”, además se incluye el lema de la marca “Donde cada imagen y vídeo cuentan una historia única”.

Para LinkedIn también se diseña la portada con un fondo de color que hiciera resaltar al nombre “Lisbeth Ayala” abajo de este se colocan los contactos de la marca.



INFORMACIÓN DE LA MARCA PERSONAL

La marca personal Lisbeth Ayala ofrece servicios profesionales de fotografía, fotoperiodismo, edición de videos y creación de contenido. Nos especializamos en capturar momentos únicos y narrar historias visuales impactantes a través de imágenes y videos de alta calidad.

Además, desarrollamos contenido digital estratégico para blogs, páginas web y redes sociales, diseñado para fortalecer la presencia de marcas y conectar de manera efectiva con su audiencia.

Nuestro público objetivo incluye jefes, directores y gerentes de agencias de publicidad, empresas de medios, y organizaciones que buscan mejorar su comunicación visual y digital.

SERVICIOS

- Se ofrecen servicios profesionales en fotografía y fotoperiodismo, con un enfoque en capturar momentos únicos y contar historias visuales impactantes.
- También se especializan en la edición de videos, transformando material bruto en piezas audiovisuales cautivadoras.
- Además, se desarrolla y gestiona contenido digital estratégico para fortalecer la presencia de marcas en diversas plataformas, logrando una conexión efectiva con su audiencia.

PAQUETE BÁSICO	PAQUETE MEDIANO	PAQUETE PREMIUM
Toma de 10 fotografías del evento.	Toma de 20 fotografías del evento.	Toma de 30 fotografías del evento.
Creación de vídeo de 5 minutos del evento.	Creación de vídeo de 10 minutos del evento.	Creación de vídeo de 20 minutos del evento.
Gratis: 2 fotos adicionales.	Fotografías en formato digital y papel fotográfico.	Fotografías en formato digital y papel fotográfico.
Costo: \$100.00	Gratis: 5 fotos adicionales. Costo: \$150.00	Gratis: 10 fotos adicionales. Costo: \$200.00

FODA

Es una técnica que se utiliza para identificar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, de parte de un servicio que se ofrece a un determinado sector.

Esta herramienta permite conocer el estado actual de la marca y así poder mejorar las de cara al futuro.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Contar con equipo profesional para la toma de fotografías.</p> <p>Baterías extras para la cámara.</p> <p>Trípodes.</p> <p>Manejo de programas de diseño como Adobe Photoshop.</p> <p>Flash.</p> <p>Experiencia en medio de comunicación como fotoperiodista.</p>	<p>Tener mayores reconocimientos por parte de las personas.</p> <p>Abrirse campo en otras áreas de la fotografía.</p>	<p>No contar con todo el equipo disponible.</p> <p>No tener tiempo suficiente.</p> <p>No captar la atención en los usuarios.</p> <p>No poder ser contratada.</p>	<p>Mucha competencia para cubrir eventos sociales.</p> <p>Lugares de los eventos no son accesibles.</p>

DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES.

- Proporcionar servicios integrales de fotografía, fotoperiodismo, edición de videos y creación de contenido digital que ayuden a las marcas a comunicar su visión de manera efectiva y memorable.
- Crear 5 publicaciones por día en ambas redes sociales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Capturar y entregar al menos tres proyectos de fotografía y video al mes, asegurando la satisfacción del cliente con una tasa de aprobación del 95%.
- Desarrollar y publicar contenido digital estratégico para al menos dos blogs y tres redes sociales por trimestre, aumentando la visibilidad y el engagement de las marcas con una tasa de crecimiento del 15% en seguidores y participación.
- Incrementar el número de interacciones y seguidores en las dos redes sociales en 12 semanas.

PÚBLICO OBJETIVO

La marca segmento a su público objetivo a personas profesionales de las áreas de comunicación, periodismo o marketing en el rango de edad de 31 a 60 años.

Asimismo, se utilizarán las redes sociales LinkedIn e Instagram para poder tener mayor alcance.

BUYER PERSONA

Los Buyer persona son personas “ficticias” que forman parte de un cliente ideal para la marca.

Se crean por medio de un perfil de cómo lo queremos ver, sus características se basan en cómo se debe comportar un comprador.

Son importantes crearlos ya que permiten una orientación para la marca y así saber qué clase de contenido publicar y qué poder ofrecerle.

Lisbeth Ayala creó 6 Buyer Persona (3 por red social) para poder identificar y definir el cliente ideal y ofrecerle los servicios adecuados.



Francisco Rosales

Director de la Agencia Rodaje

BIOGRAFÍA

ES EL JEFE DE LA AGENCIA RODAJE, UNA FIRMA ESPECIALIZADA EN LA PRODUCCIÓN DE DOCUMENTALES SOCIALES Y POLÍTICOS. CON UNA FORMACIÓN EN CINE Y PERIODISMO, FRANCISCO HA ACUMULADO MÁS DE 15 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL SECTOR. SU CARRERA HA ABARCADO NO SOLO LA DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN DE DOCUMENTALES, SINO TAMBIÉN LA EDICIÓN DE VIDEO PARA DIVERSAS PLATAFORMAS, INCLUYENDO PROYECTOS DE PUBLICIDAD Y CONTENIDOS CORPORATIVOS. SU HABILIDAD PARA COMBINAR NARRATIVA VISUAL CON UNA RIGUROSA INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA HA ESTABLECIDO A LA AGENCIA RODAJE COMO UN LÍDER EN SU CAMPO.

Edad: 35 AÑOS

Sexo: M

Estado civil: Soltero

País: El Salvador

Educación: Licenciado en cine y periodismo

Ocupación: Jefe en la Agencia rodaje

POR: CLAUDIA LISBETH AYALA AVI7051

MOTIVACIÓN

- Visibilizar temas cruciales: Impulsado por la pasión por destacar cuestiones sociales importantes como la justicia social y los derechos humanos a través de su trabajo.
- Generar un impacto positivo: Motivado por el deseo de influir en la percepción pública y fomentar cambios positivos mediante contenido persuasivo y bien elaborado.
- Promover la riqueza cultural y artística: Guiado por el objetivo de resaltar la creatividad y diversidad en reportajes y proyectos visuales, capturando la esencia de la cultura y el arte.

CÓMO PUEDE AYUDARLE EL EDITOR DE VIDEO INTERESADO?

- Aportando técnicas avanzadas de edición: Puede mejorar la calidad visual y narrativa de los proyectos, haciendo que las historias sean más impactantes y atractivas para la audiencia.
- Optimización del flujo de trabajo: Con su experiencia, puede agilizar el proceso de edición, permitiendo una producción más eficiente y oportuna de contenido relevante.

URL:

[HTTPS://WWW.INSTAGRAM.COM/LISBETHAYAL699?IGSH=CG81M2X4YT05A296](https://www.instagram.com/lisbethayala699?igsh=CG81M2X4YT05A296)

OBJETIVOS

- Expandir la presencia de la agencia: Aumentar el reconocimiento y la influencia en temas de justicia social y derechos a través de estrategias de visibilidad y promoción.
- Revolucionar las técnicas de narración: Avanzar en métodos de reportaje y edición para presentar historias de manera más impactante y envolvente.
- Desarrollar nuevas asociaciones: Formar nuevas colaboraciones con medios y plataformas para ampliar la difusión y el alcance de los temas abordados.

DESAFIOS

- Acceso a fuentes críticas: Enfrentar las dificultades para conseguir acceso a información clave y entrevistas en contextos sensibles o de gran relevancia.
- Optimización de recursos: Manejar de manera eficiente los recursos disponibles para asegurar una cobertura exhaustiva y de alta calidad en todos los temas importantes.
- Distinguirse en un mercado competitivo: Navegar en un entorno saturado de medios para mantener la relevancia y destacar con un contenido distintivo y de impacto.



Ana Fornao

Editora en
Agencia
Presente

BIOGRAFÍA

ANA FORNAO ES EDITORA Y PERIODISTA EN DIARIO VOZ EL SALVADOR DESDE EL 2012. LICENCIADA EN LETRAS Y MÁSTER EN LITERATURA COMPARADA POR LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR. HA TRABAJADO EN AFP, CNN, Y INFOJUS NOTICIAS. EN 2016 CO-FUNDÓ PRESENTES, CENTRADA EN IGUALDAD DE GÉNERO Y DERECHOS DE LA COMUNIDAD. PUBLICA EN RADAR (PAGINA12) Y BRECHA, Y HA COLABORADO CON MEDIOS COMO INROCKS Y COURRIER INTERNATIONAL. TAMBIÉN HA TRABAJADO EN DOCUMENTALES PARA DISCOVERY CHANNEL Y CANAL ARTÉ. ES AUTORA DE VARIOS LIBROS, INCLUYENDO "DE A RATO."

Edad: 45 AÑOS

Sexo: F

Estado civil: Casada

País: El Salvador

Educación: Licenciada en Letras y Master en literatura comparada por la Universidad de El Salvador

Ocupación: Jefa editora en la agencia

URL:

[HTTPS://WWW.INSTAGRAM.COM/LISBETHAYALA699?IGSH=CG81M2X4YT05A296](https://www.instagram.com/lisbethayala699?igsh=cg81m2x4yt05a296)

POR: CLAUDIA LISBETH AYALA AVI7051

MOTIVACIÓN

- Visibilizar temas sociales: Impulsada por la pasión de dar a conocer cuestiones importantes como la igualdad de género y los derechos de la comunidad.
- Generar impacto: Desea influir en la opinión pública y promover cambios positivos a través de su trabajo periodístico.
- Promover la cultura y el arte: Motivada por resaltar la riqueza cultural y artística en sus reportajes y publicaciones.

CÓMO PUEDE AYUDARLE EL FOTOPERIODISTA INTERESADO?

- Crear contenido multimedia: Desarrolla piezas visuales y escritas que refuercen y amplifiquen los temas de igualdad, género y cultura abordados por Presentes.
- Gestionar la presencia en redes sociales: Ayuda a aumentar la visibilidad y el impacto de los reportajes mediante estrategias de contenido en plataformas digitales.

OBJETIVOS

- Ampliar el alcance de la agencia: Expandir la visibilidad y el impacto de Presentes en temas de igualdad y derechos.
- Innovar en la narrativa: Mejorar las técnicas de reportaje y edición para contar historias de manera más efectiva y atractiva.
- Fortalecer colaboraciones: Establecer nuevas alianzas con medios y plataformas para ampliar la difusión de sus temas.

DESAFIOS

- Acceso a información sensible: Superar obstáculos para obtener información y testimonios en temas delicados o de alto impacto.
- Manejo de recursos limitados: Gestionar eficazmente los recursos de la agencia para cubrir todos los temas relevantes con calidad.
- Competencia en el sector: Destacar en un entorno de medios saturado y competitivo para mantener la relevancia de su trabajo.



Juan David Sura

Jefe de comunicaciones y agencia informativa TICA

BIOGRAFÍA:
JUAN DAVID SURA ES UN PIONERO EN EL TURISMO EN CENTROAMÉRICA. LICENCIADO EN TURISMO POR LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR Y CON UN MÁSTER EN GESTIÓN DE DESTINOS INTERNACIONALES, FUNDÓ EN 2010 AGENCIA VIAJERA, LA PRIMERA AGENCIA DE VIAJES EN EL SALVADOR ENFOCADA EN EXPERIENCIAS PERSONALIZADAS Y SOSTENIBLES. HA TRABAJADO CON MEDIOS INTERNACIONALES Y ES AUTOR DEL LIBRO "RUTAS DEL ENCUENTRO" SOBRE DESTINOS EN CENTROAMÉRICA.

Edad: 30 AÑOS

Sexo: M

Estado civil: Casado

País: El Salvador

Educación: Licenciado en Turismo por la Universidad de El Salvador y con un máster en Gestión de Destinos Internacionales

Ocupación: Jefe de comunicaciones

URL:

[HTTPS://WWW.INSTAGRAM.COM/LISBETHAYALAG99?IGSH=CG81M2X4YT05A296](https://www.instagram.com/lisbethayalag99?igsh=cg81m2x4yt05a296)

POR: CLAUDIA LISBETH AYALA AV17051

MOTIVACIÓN

- Impulsar el turismo sostenible: Apasionado por promover prácticas turísticas responsables y respetuosas con el medio ambiente y las comunidades.
- Conectar culturas: Desea utilizar su agencia para crear experiencias que unan y enriquezcan la comprensión entre diferentes culturas.
- Innovar en el sector: Comprometido con redefinir el turismo en Centroamérica a través de enfoques creativos y personalizados.

CÓMO PUEDE AYUDARLE EL CREADOR DE CONTENIDO INTERESADO?

Fortalecer la marca: Desarrollar una imagen de marca fuerte y coherente para la agencia, ayudando a diferenciarla en el mercado.

Generar engagement: A través de contenido relevante y emocionante, el creador puede mejorar la interacción con la audiencia y fortalecer la presencia en redes sociales

OBJETIVOS

- Expandir la oferta turística: Ampliar las experiencias y destinos ofrecidos por la agencia para captar una mayor audiencia.
- Promover el turismo responsable: Implementar prácticas sostenibles que minimicen el impacto ambiental y beneficien a las comunidades locales.
- Liderar en innovación: Introducir nuevas tecnologías y enfoques en la planificación y gestión de viajes para mejorar la experiencia del cliente.

DESAFIOS

- Competencia en el mercado: Destacar en un sector con muchas agencias de viajes puede ser un reto constante.
- Mantener la sostenibilidad: Implementar y mantener prácticas de turismo responsable puede ser complejo y costoso.
- Adaptación tecnológica: Integrar nuevas tecnologías y herramientas en la gestión de viajes puede ser un desafío técnico y financiero.



Sofia Rubio

Directora en
agencia
publicitaria Oki

BIOGRAFÍA

ES LA DIRECTORA DE LA AGENCIA PUBLICITARIA OKI Y TIENE 55 AÑOS. CON MÁS DE 30 AÑOS DE EXPERIENCIA EN LA INDUSTRIA, COMENZÓ SU CARRERA EN COMUNICACIÓN Y MARKETING A UNA EDAD TEMPRANA. HA LIDERADO CAMPAÑAS PUBLICITARIAS Y GESTIONADO PROYECTOS EN EMPRESAS DESTACADAS COMO INNOVATE MEDIA Y CREATIVE PULSE. SU HABILIDAD PARA COMBINAR ESTRATEGIAS CREATIVAS CON UN PROFUNDO ENTENDIMIENTO DEL MERCADO HA CONSOLIDADO A OKI COMO UNA AGENCIA DE REFERENCIA EN LA PUBLICIDAD

Edad: 55 AÑOS

Sexo: F

Estado civil: casada

País: El Salvador

Educación: Licenciada en Marketing

Sueldo: 1.500

Ocupación: Directora de agencia
publicitaria Oki

MOTIVACIÓN

- Impulsar estrategias creativas: Motivada por la pasión por desarrollar campañas innovadoras que capten la atención y resuenen con el público objetivo.
- Maximizar el impacto de marca: Impulsada por el deseo de fortalecer la presencia de las marcas mediante contenido de alta calidad y estrategias efectivas.
- Optimizar la comunicación visual: Guiada por el objetivo de crear contenido visualmente atractivo que comunique mensajes claros y potentes, destacando en un mercado competitivo.

CÓMO PUEDE AYUDARLE EL CREADOR DE CONTENIDO INTERESADO

- Desarrollando contenido atractivo: Puede crear material visual y escrito que capte la atención del público y mejore la presencia de la marca.
- Optimización de estrategias de marketing: Puede aplicar técnicas avanzadas para maximizar el impacto de las campañas y aumentar el alcance en plataformas digitales.

OBJETIVOS

- Innovar en campañas publicitarias: Desarrollar estrategias creativas que atraigan y retengan a la audiencia.
- Aumentar la visibilidad de la marca: Implementar contenido que mejore el reconocimiento y el alcance en plataformas digitales.
- Optimizar la efectividad del contenido: Medir y ajustar las estrategias de contenido para maximizar el impacto y el retorno de inversión.

DESAFIOS

- Adaptarse a tendencias cambiantes: Enfrentar el reto de mantenerse al día con las últimas tendencias y tecnologías en marketing digital para asegurar que el contenido siga siendo relevante y efectivo.
- Medir el impacto del contenido: Superar las dificultades para evaluar de manera precisa el impacto y la efectividad de las campañas de contenido en términos de engagement y retorno de inversión.
- Mantener la creatividad bajo presión: Gestionar la presión de producir contenido innovador y atractivo de manera constante, manteniendo la calidad y la originalidad en un entorno competitivo.

[HTTPS://WWW.LINKEDIN.COM/FEED/?TRK=ONBOARDING-LANDING](https://www.linkedin.com/feed/?trk=onboarding-landing)

POR: CLAUDIA LISBETH AYALA AV17051



Ernesto Mena

Director de empresa Luz & Enfoque Fotografía

BIOGRAFÍA

ERNESTO MENA, CON 35 AÑOS, ES EL DIRECTOR DE LUZ Y ENFOQUE FOTOGRAFÍA. CON UNA PASIÓN POR LA INNOVACIÓN EN EL MUNDO DE LA FOTOGRAFÍA, ERNESTO HA LIDERADO LA EMPRESA EN SU MISIÓN DE REDEFINIR EL ARTE VISUAL. ANTES DE FUNDAR LUZ Y ENFOQUE FOTOGRAFÍA, ACUMULÓ EXPERIENCIA EN EMPRESAS DESTACADAS COMO VISIÓN CREATIVA Y ENFOQUE URBANO, DONDE PERFECCIONÓ SUS HABILIDADES EN LA CAPTURA Y EDICIÓN DE IMÁGENES. SU ENFOQUE EN LA CREATIVIDAD Y LA CALIDAD HA ESTABLECIDO A LUZ Y ENFOQUE FOTOGRAFÍA COMO UN REFERENTE EN EL SECTOR.

Edad: 35 AÑOS

Sexo: M

Estado civil: Divorciado

País: El Salvador

Educación: Licenciado en fotografía y artes visuales

Sueldo: 2. 200

Ocupación: Director de empresa Luz y Enfoque fotografico

MOTIVACIÓN

- Innovar en la fotografía: Impulsado por el deseo de explorar nuevas técnicas y estilos visuales para destacar en el mercado.
- Capturar momentos únicos: Motivado por la pasión de inmortalizar momentos especiales con una perspectiva creativa y artística.
- Mejorar la experiencia del cliente: Guiado por el objetivo de ofrecer un servicio personalizado y memorable que supere las expectativas de los clientes.

CÓMO PUEDE AYUDARLE EL CREADOR DE CONTENIDO INTERESADO

- Aportando creatividad y visión única: Puede ofrecer perspectivas innovadoras y técnicas frescas que enriquezcan el portafolio y atraigan a nuevos clientes.
- Mejorando la eficiencia operativa: Puede contribuir a optimizar procesos, desde la captura hasta la edición, para asegurar entregas rápidas y de alta calidad.
-

OBJETIVOS

- Expandir la cartera de clientes: Aumentar el número de clientes a través de estrategias de marketing efectivas y recomendaciones.
- Mejorar la técnica fotográfica: Implementar nuevas técnicas y estilos para ofrecer un producto más atractivo y profesional.
- Optimizar el flujo de trabajo: Reducir el tiempo de edición y entrega para aumentar la eficiencia y satisfacción del cliente.

DESAFIOS

- Adaptarse a nuevas tecnologías: Enfrentar el reto de integrar constantemente las últimas herramientas y tecnologías en el proceso fotográfico.
- Mantener la originalidad: Superar la dificultad de mantenerse innovador y único en un mercado saturado de fotógrafos.
- Gestionar el tiempo de producción: Manejar eficientemente el tiempo entre sesiones, edición y entrega para cumplir con los plazos de los clientes.

[HTTPS://WWW.LINKEDIN.COM/FEED/?TRK=ONBOARDING-LANDING](https://www.linkedin.com/feed/?trk=onboarding-landing)

POR: CLAUDIA LISBETH AYALA AVI7051



GABRIELA TORRES

EDAD	35 años
SEXO	Mujer
PAÍS	El Salvador
EDUCACIÓN	Universidad
OCUPACIÓN	Fotógrafa
ESTADO CIVIL	Soltera

BIOGRAFIA

9 años de experiencia en fotografía para todo tipo de eventos sociales. Además, de ser creadora de contenidos audiovisuales para todas las redes sociales.

MOTIVACIONES

- Poder llegar a personas en diferentes zonas del país a ofrecer los servicios profesionales.
- Contar con equipos actualizado.
- Promociones exclusivas para nuevos clientes.

CÓMO PUEDE AYUDARLE EL CREADOR DE CONTENIDO INTERESADO

- Aportando ideas innovadoras sobre el tipo de contenido que desea.
- Solicitando con mayor precisión el trabajo que desea que se realice.
- Cumpliendo con la agenda previamente realizada.

OBJETIVOS

- Poder alcanzar 3 clientes en el próximo mes.
- Adquirir más equipo profesional para brindar un mejor servicio.
- Aumentar el alcance en redes sociales.

DESAFIOS

- Generar mejor contenido de calidad para ser publicado en redes sociales.
- Brindar mayor cobertura dentro del país para llegar a más clientes.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Para brindar un mejor servicio, se han tomado en cuenta diferentes perfiles de la competencia, es necesario aclarar que son de personas que realizan fotografías en diferentes áreas que están afines a los servicios que ya se mencionaron y que son perfiles de personas salvadoreñas.

Se tomaron 3 de la red social Instagram y 3 de LinkedIn. Tras esto, se realizó un análisis de los 6 perfiles con el fin de poder ofrecer algo mejor a los clientes.

MARCA PERSONAL GABO AQUINO FOTO



URL:

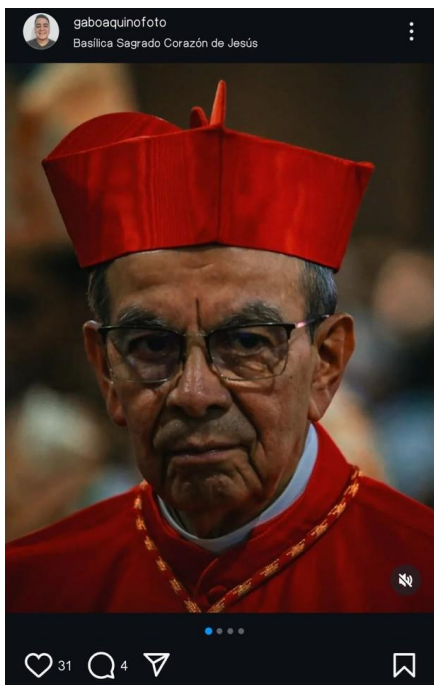
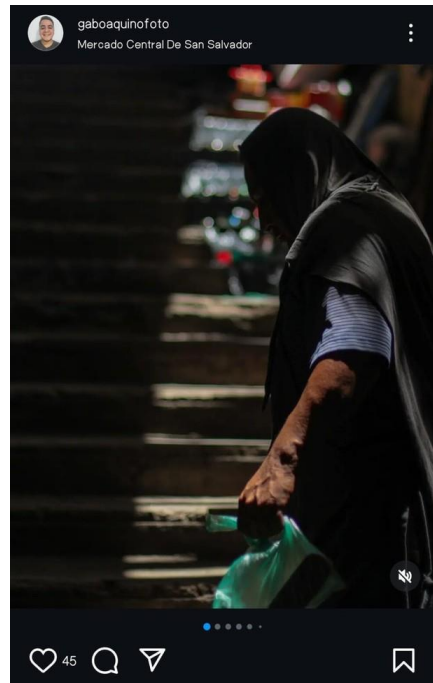
- <https://www.instagram.com/gaboquinofoto/>
- <https://www.facebook.com/gabo.aquino.180>

Gabo Aquino Foto es una marca que se dedica al fotoperiodismo y creador de material multimedia, es una cuenta que ofrece sus servicios como fotógrafo para diferentes tipos de eventos.

Cuenta con 1,202 seguidores y 2,381 seguidos, es un perfil activo con 268 publicaciones entre feed y reels sobre sus coberturas periodísticas, así como los servicios que ofrece, con historias destacadas a su originalidad, su información es muy concreta y, además, incluye un enlace sobre su portafolio fotográfico.

Con respecto a las publicaciones cuenta con un buen número de interacciones entre likes y comentarios. Los feeds son sobre las coberturas periodísticas que realiza, además se incluyen algunos reels sobre las mismas.

En dichos feeds se incluye el uso de hashtags, lo cual dar mayor relevancia y alcance a las publicaciones. Asimismo, se incluye la ubicación de donde fue realizada la cobertura.



MARCA PERSONAL EMERSON DEL CID



URL:

- https://www.instagram.com/emerson._27/
- <https://www.facebook.com/emerson.delcid.5>
- <https://twitter.com/Emersondelcid1>
- <https://www.linkedin.com/in/emerson-del-cid-827175270/>
- https://www.tiktok.com/@emerson._27

Esta marca se basa de igual manera en el fotoperiodismo. Cuenta con 992 seguidores, 158 publicaciones entre feeds y reels y 1,623 seguidos. Su información está poco detallada, y solo incluye una historia destacada.

En su la marca tiene un buen número de likes, pero sin comentarios. Los feeds y los reels son sobre los eventos a los que le brinda cobertura día con día, pero sin precisar las ubicaciones de dónde fueron realizadas y con nula utilización de hashtags. El perfil es bastante activo.



MARCA PERSONAL DENNIS ALEXANDER ARGUETA



URL:

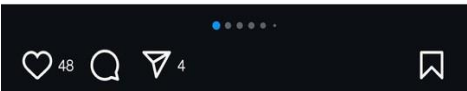
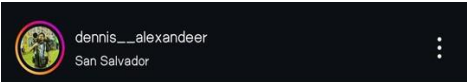
- https://www.instagram.com/dennis__alexandeer/
- https://twitter.com/dennis__argueta
- <https://www.facebook.com/profile.php?id=100076547876353&mibextid=nW3QTL>
- <https://www.tiktok.com/@dennisargueta8>
- <https://www.linkedin.com/in/dennis-argueta-5bb337318/>

Dennis Alexander Argueta es una marca personal que cuenta con 1,775 seguidores, 1,846 seguidos y 1,336 publicaciones. La descripción de su perfil es sencilla, pero utiliza un enlace para su portafolio fotográfico. Cuenta con múltiples historias destacadas.

Esta marca cuenta con muchas publicaciones, de igual manera sobre los eventos a los que le da cobertura.

Sus feeds tienen muchos likes, pero pocos o casi nulos comentarios.

En sus posts, se incluye las ubicaciones de los eventos y el uso de hashtags. Además, en la descripción se realiza una breve redacción.



MARCA PERSONAL GRACIELA SÁNCHEZ



Graciela S. · 3er
Estudiante en Universidad Tecnológica de El Salvador
La Libertad, El Salvador · [Información de contacto](#)
29 contactos

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

Servicios

Fotografía de eventos • Fotografía de naturaleza • Fotografía de primeros planos • Fotografía de bodas • Fotografía de bienes inmuebles • Fotografía de mascotas • Retratos fotográficos

URL:

- <https://www.linkedin.com/in/graciela-s-72bb41220/>
- <https://gracesanchezcv.wixsite.com/website>

La marca personal Graciela Sánchez es de La Libertad, El Salvador cuenta con 27 seguidores y 29 contactos.

En su información personal es poca. Solamente menciona que es estudiante en la Universidad Tecnológica, sin precisar que es lo que estudia, ni en qué año se encuentra.

Aunque, en el apartado de los servicios, brinda una amplia variedad, además incluye un enlace que redirige a su portafolio donde se encuentra su CV y contactos.

Cuenta con una foto de perfil, pero no tiene una portada o cover. Sobre las publicaciones, son de otros usuarios, solo las comparte. De cinco publicaciones, solo una es referente a las fotografías, por lo que no tiene muchas interacciones.

Actividad

27 seguidores

Graciela S. ha compartido esto • 2 meses



El 95% de los perfiles de LinkedIn se presentan como los perros 1 y 2 de este divertidísimo y pedagógico video para compartir. Son clones que no se diferencian entre sí o tienen su perfil abandonado. El gran desafío es proyectar nuestra mejor versión, como el perro 3. Te invito a marcar la diferencia.... [... mostrar más](#)



9318

419 comentarios • 1765 veces compartido

Graciela S. ha compartido esto • 3 meses



VALORAR LA DIVERSIDAD EN LOS EQUIPOS DE TRABAJO

La diversidad es tener equipos de trabajo donde se valora el pensar diferente independiente d [... mostrar más](#)



2573

64 comentarios • 781 veces compartido

Graciela S. ha compartido esto • 4 meses



No apuntes a ser el mejor.
Apunta a seguir mejorando.

[#crecer](#) [#ego](#) [#sinlimites](#) [#emprendimiento](#) [#zonadeconfort](#)



1110

2 comentarios • 180 veces compartido

[Mostrar todas las publicaciones →](#)

MARCA PERSONAL ROBERTO ANAYA



URL:

- <https://www.linkedin.com/in/roberto-anaya-a06340210/>

Roberto Anaya es fotógrafo salvadoreño con más de 10 años de experiencia en diferentes campos de la Fotografía.

Este perfil es de San Salvador, El Salvador, cuenta con 37 contactos y 37seguidores.

Su información personal es muy detallada, en la cual se da a conocer su experiencia en diferentes proyectos, desde sus inicios, hasta la actualidad.

Asimismo, la cuenta tiene foto de perfil personal y una de portada. Hasta el momento Roberto Anaya no ha compartido ninguna publicación y no cuenta con enlaces.

Acerca de

Roberto Anaya es un fotógrafo salvadoreño con más de 10 años de experiencia. Inicia su carrera en el 2010 como fotógrafo de bodas especializado en wedding photojournalism. De 2012 a 2019 formó parte integral de la empresa Altare, la cual se especializaba en la cobertura de bodas, con la que fotografió eventos en El Salvador y otros países del área centroamericana y Europa. A lo largo de 2015 desarrolla el proyecto denominado El Retrato, con el que logra –a través de historias y fotografía- mostrar diferentes perspectivas de la vida en El Salvador. El proyecto puede ser consultado en: El Retrato: Reseñas, Virtudes y Anhelos que se difunde a través de facebook; la red social fue elegida como parte del ejercicio, pues la idea era generar diálogo, después de un año se convirtió en un espacio libre de violencia virtual. Hasta la fecha sigue siendo un ejemplo y punta de lanza de la generación de espacios de este tipo.

Desde 2017 realiza consultorías para organizaciones sociales, documentando historias y utilizando el Storytelling para generar conexiones a través de la imagen.

Ha realizado consultorías directas para El Espacio de Memoria y Derechos Humanos, PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo), ConTextos, GIZ, USAID, OIT, ALIGHT, etc.

En 2019 inicia Fotina LAB, un laboratorio especializado en revelado analógico e impresión fotográfica digital de alta calidad del tipo Fine Art. Brinda servicios de impresión para el Museo MARTE, El Centro Cultural de España en El Salvador, y una diversidad de artistas y fotógrafos salvadoreños.

Brinda talleres particulares de fotografía y colabora con varios certámenes fotográficos como jurado.

Actividad

37 seguidores

Roberto aún no ha publicado nada

Las publicaciones recientes que Roberto comparta aparecerán aquí.

MARCA PERSONAL FRANCISCO RUBIO



Francisco Rubio
Fotoperiodista
San Salvador, San Salvador, El Salvador · [Información de contacto](#)
1 contacto

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

En busca de empleo
Cargos de Fotoperiodista, Periodista y Photojournalist
[Mostrar detalles](#)

EDH El Diario de Hoy
Universidad Don Bosco

URL:

- <https://www.linkedin.com/in/francisco-rubio-62aab91a9/>

Francisco Rubio es un fotógrafo de San Salvador, El Salvador. Cuenta con 1 contacto y 1 seguidor,

Según su información es fotoperiodista que se especializa en cubrir temas de diferentes ámbitos y, además, cuenta con experiencia en realizar fotografías de varias temáticas.

El perfil tiene una foto propia y un paisaje en la foto de portada.

En el perfil solamente se puede ver las habilidades de la persona.

Hasta el momento, Francisco Rubio no ha compartido ninguna publicación y no cuenta con enlaces.

Acerca de

Me llamo Francisco Rubio, Fotoperiodista en El Salvador.

Me especializo en cubrir temas sobre derechos humanos, política, medio ambiente, sucesos y más.

Además de realizar fotografías, investigo, redacto; tengo conocimientos en WordPress y edición de periódicos.

Actividad

1 seguidores

Francisco aún no ha publicado nada

Las publicaciones recientes que Francisco comparta aparecerán aquí.

En la siguiente tabla se presenta un resumen detallado, de los perfiles que la competencia cuenta en cada red social.

Competencia	Facebook	Instagram	Twitter	Tik Tok	LinkedIn
Gabo Aquino Foto	X	X	X	X	X
Emerson Del Cid	X	X	X	X	X
Dennis Alexander Argueta	X	X	X	X	X

Competencia	Facebook	Instagram	Twitter	Tik Tok	LinkedIn
Graciela Sánchez					X
Roberto Anaya					X
Francisco Rubio					X

CANALES DIGITALES POR UTILIZAR

Para lograr posicionar la marca personal se utilizarán las redes sociales de Instagram y LinkedIn.

¿Por qué Instagram y LinkedIn? Porque son dos redes sociales que dan la oportunidad de impulsar un negocio y visualizarlo.

En Instagram las publicaciones se harán por medio de los formatos de:

- Feed.
- Historias.

En LinkedIn los posts se harán a través de:

- Contenido.

PLAN DE CONTENIDOS



1. PUBLICACIONES DE CONTENIDO: Este tipo de formatos nos ayudarán a posicionar la marca personal, ya que a través de estas publicaciones se lograrán aumentar las interacciones con nuestro público, además de ganar nuevos seguidores.

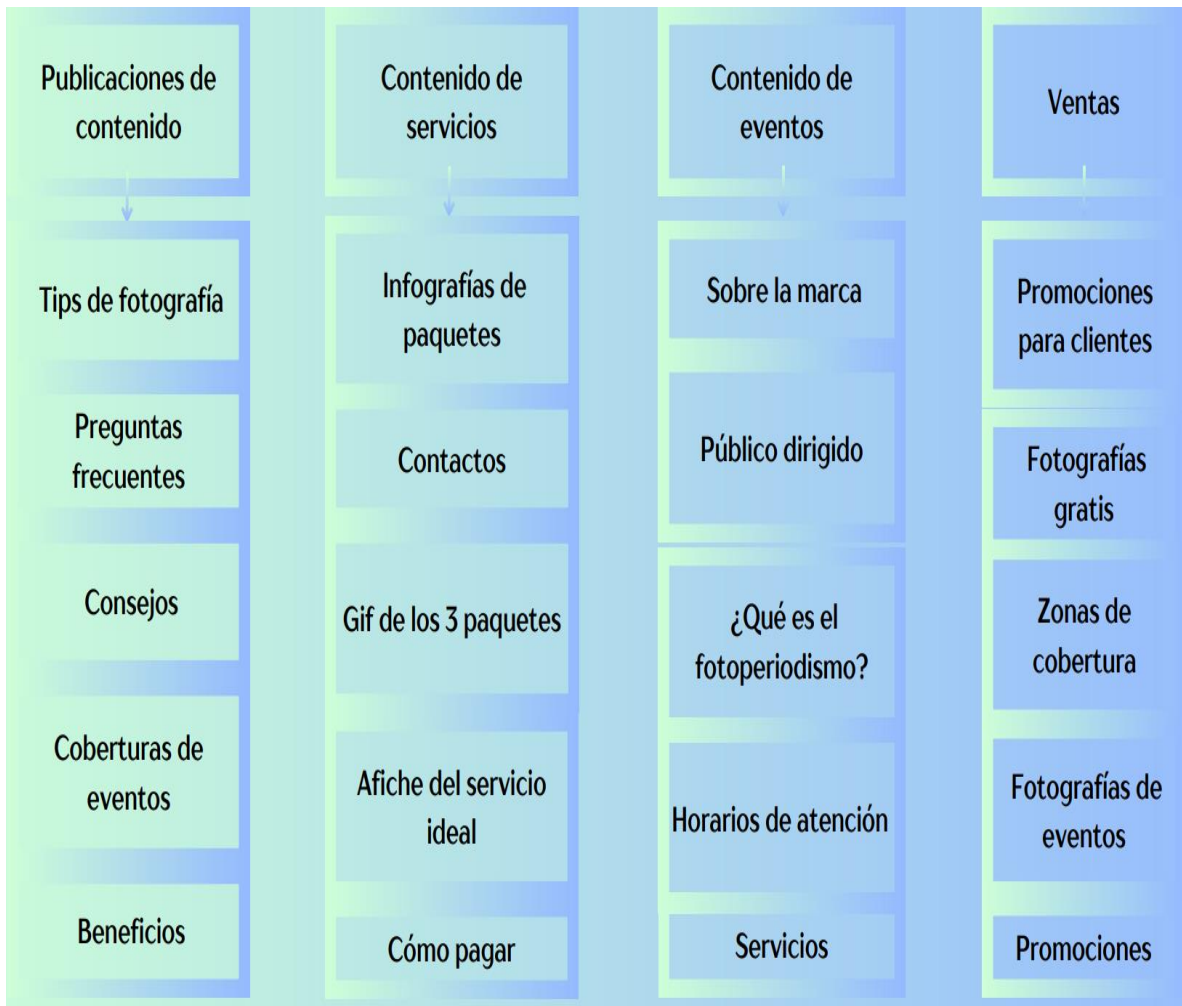
2. CONTENIDO SOBRE SERVICIOS: Con este contenido se dará a conocer lo que la marca personal ofrece a través de afiches e infografías. Aquí se darán a conocer los 3 paquetes que el negocio brinda.

3. CONTENIDO DE EVENTOS: Con este tipo de contenido se busca llegar a los potenciales clientes para la compra de los servicios.

4. VENTAS: Aquí se buscará ofrecer promociones a los clientes para mantenerlos con nuestros servicios, además de dar a conocer el trabajo de calidad que se realiza.

ESTRATEGIA SEO





MEDICIÓN Y ANÁLISIS



Objetivos generales:

- Proporcionar servicios integrales de fotografía, fotoperiodismo, edición de videos y creación de contenido digital que ayuden a las marcas a comunicar su visión de manera efectiva y memorable.
-
- Generar 5 publicaciones por día en ambas redes sociales.

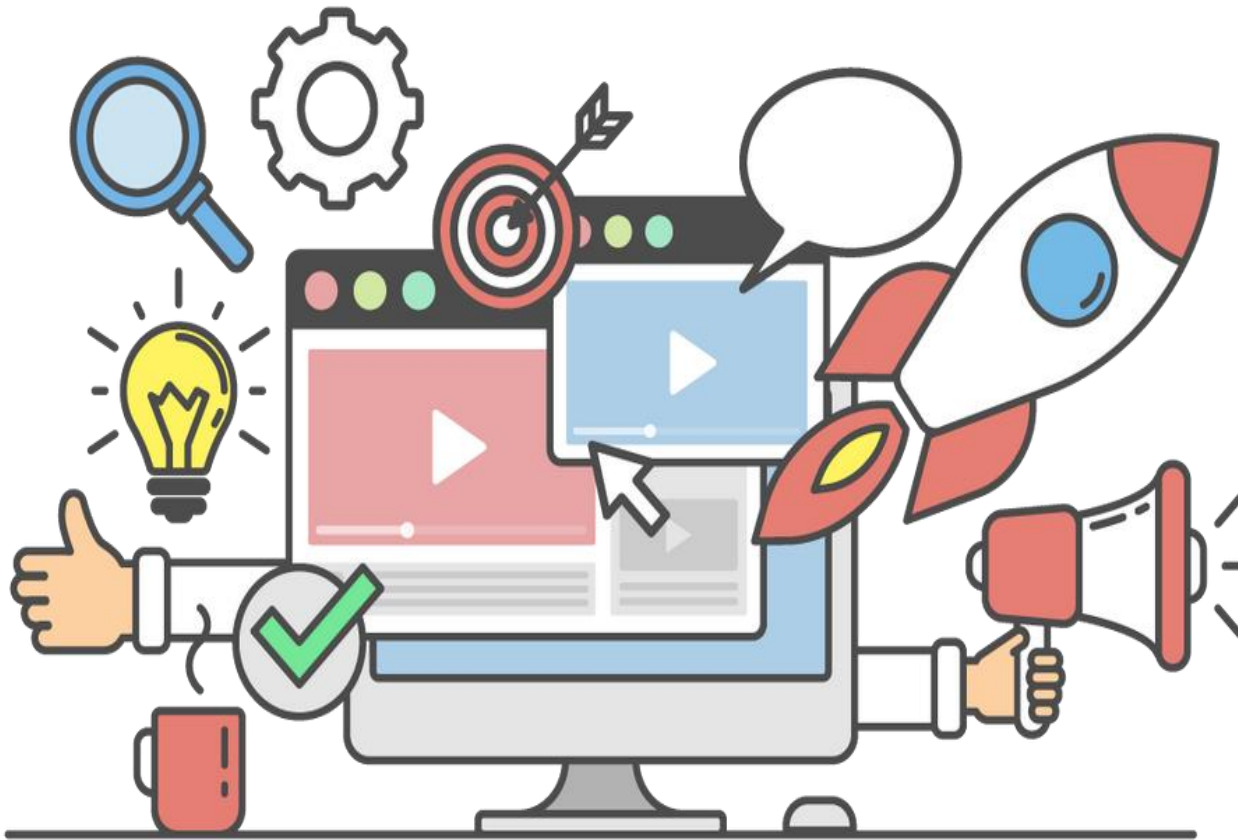
Objetivos específicos:

- Capturar y entregar al menos tres proyectos de fotografía y video al mes, asegurando la satisfacción del cliente con una tasa de aprobación del 95%.
- Desarrollar y publicar contenido digital estratégico para al menos dos blogs y tres redes sociales por trimestre, aumentando la visibilidad y el engagement de las marcas con una tasa de crecimiento del 15% en seguidores y participación.
- Incrementar el número de interacciones y seguidores en las dos redes sociales en 12 semanas.
- Crear un calendario con las 30 publicaciones que se compartirán en Instagram y LinkedIn durante el mes de octubre.


KPI's:

- Aumentar los seguidores en las redes sociales de Instagram y LinkedIn.
- Que los usuarios conozcan de los servicios que la marca personal ofrece por medio de publicaciones.
- Lograr de 10 a 15 likes y comentarios en cada una de las publicaciones en las redes sociales.
- Los posts tengan un alcance de 15 cuentas en ambas redes sociales.
- Obtener 2 clientes a través de las publicaciones gracias a las publicaciones que se realicen.
- Tener un alcance de la marca personal gracias a los clientes ideales que consuman los servicios.

CALENDARIO DE CONTENIDOS



CALENDARIO DE PUBLICACIONES EN INSTAGRAM DEL 2 AL 16 DE OCTUBRE DE 2024.

N°	FECHA	HORARIO	TIPO DE CONTENIDO	PLAN DE CONTENIDO	COPY	PIEZA GRÁFICA
1	02/10/2024	11:00 a.m.	Feed	Contenido	<p>¿Quiénes somos? Queremos dejar una huella en tu negocio. Entérate de nuestra empresa. #fotografía #negocios #emprendedores</p>	<p align="center">IMAGEN:</p> 



2	03/10/2024	11:00 a.m.	Feed	Contenido	<p>Te gustaría saber qué es la fotografía y por qué es importante para tu negocio. Síguenos también en LinkedIn:</p> <p>https://www.linkedin.com/in/lisbeth-ayala-0173a3318</p> <p>#fotografía #negocios #emprendedores</p>	<p>IMAGEN:</p>  <p>Lisbeth Ayala VISUAL Desde cada imagen y video ***** para historias de la</p> <p>¿PARA QUÉ SIRVE LA FOTOGRAFÍA?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sirve para capturar momentos únicos. 2. Ayuda a dar a conocer sucesos importantes. 3. Facilita la comprensión de eventos. 4. Ayuda a dar a conocer y posicionar empresas. 5. Impulsa el crecimiento de negocios. <p>(503) 7662 - 1593 https://www.instagram.com/lisbethayala63879ghr-c661l2w4705a296</p>
3	04/10/2024	11:00 a.m.	Feed	Contenido	<p>Sigue estos tips sobre fotografía para generar más vistas en tu fanpage.</p> <p>#fotografía #negocios #emprendedores #tips</p>	<p>IMAGEN:</p>  <p>TIPS DE FOTOGRAFÍA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. EVITA LAS IMÁGENES BORROSAS. 2. NO USES COLORES EXTRAÑOS. 3. ¡CUIDADO CON EL CONTRASTE! 4. EVITA SOBRECARGAR LA IMAGEN. 5. NO ENCUADRAR BIEN AL SUJETO U OBJETO PRINCIPAL. 6. NO HAGAS FOTOS CON BAJA RESOLUCIÓN JPG. 7. HAZ UNA CORRECTA EXPOSICIÓN. 8. NO HAGAS FOTOS CON EXCESO DE RUIDO.


4	05/10/2024	11:00 a.m.	Feed	Contenido de servicio	<p>Te gustaría adquirir uno de nuestros servicios. Te presentamos los paquetes disponibles que tenemos para ti.</p> <p>#fotografía #negocios #emprendedores #eventos #paquetes</p>	<p>IMÁGENES:</p>  <p>Paquete Básico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • TOMA DE 10 FOTOGRAFÍAS DEL EVENTO. • CREACIÓN DE VIDEO DE 5 MINUTOS DEL EVENTO. • GRATIS: 2 FOTOS ADICIONALES. • COSTO: \$100.00 <p>Paquete Mediano:</p> <ul style="list-style-type: none"> • TOMA DE 20 FOTOGRAFÍAS DEL EVENTO. • CREACIÓN DE VIDEO DE 10 MINUTOS DEL EVENTO. • FOTOGRAFÍAS EN FORMATO DIGITAL Y PAPEL FOTOGRAFICO. • GRATIS: 5 FOTOS ADICIONALES. • COSTO: \$150.00 <p>Paquete Premium:</p> <ul style="list-style-type: none"> • TOMA DE 30 FOTOGRAFÍAS DEL EVENTO. • CREACIÓN DE VIDEO DE 20 MINUTOS DEL EVENTO. • FOTOGRAFÍAS EN FORMATO DIGITAL Y PAPEL FOTOGRAFICO. • GRATIS: 10 FOTOS ADICIONALES. • COSTO: \$200.00
---	------------	------------	------	-----------------------	--	---





5	06/10/2024	11:00 a.m.	Feed	Contenido	<p>Conoce sobre los beneficios de la fotografía. No olvides de seguir la página para más contenido.</p> <p>#fotografía #beneficios #marcapersonal</p>	<p>IMAGEN:</p>  <p>The image shows a graphic with a black background and a white torn-paper effect at the bottom. At the top left is a logo for 'Lisbeth Ayala VISUAL' with a camera icon. The main title is 'BENEFICIOS DE LA FOTOGRAFÍA'. Below it is a list of five bullet points: 'ENSEÑA.', 'INFORMA.', 'DESARROLLA LA CREATIVIDAD.', 'MEJORA LA AUTOESTIMA.', and 'APOYA A NEGOCIOS.' There are also three white arrows pointing right on the left side.</p>
6	07/10/2024	11:00 a.m.	Historia	Ventas	<p>Cupón de descuento en todos los planes de servicios te espera solo este día. ¡Aprovéchalo!</p> <p>#fotografía @lisbethayala699</p>	<p>IMAGEN:</p>  <p>The image is a promotional graphic with a blue background and white geometric shapes. It features a large yellow '50%' in the center. Above it is the text 'SÚPER PROMO' and below it 'DE DESCUENTO EN TODOS LOS PLANES DE SERVICIO'. At the bottom, there is a white bar with a phone icon and the number '(503) 7602 - 1593', and the text 'VÁLIDO SOLO HOY 07 DE OCTUBRE DE 2024.' There are also two gold coins with dollar signs on the left and right sides.</p>


7	08/10/2024	11:00 a.m.	Feed	Contenido	<p>Consejos para que en tu negocio llegue a más personas debes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Invertir para dar a conocer tu empresa. 2. Gestiona tus redes sociales. 3. Acompaña las publicaciones en las redes sociales con imágenes atractivas. <p>#fotografía #consejos #negocios.</p>	<p>IMAGEN:</p> 
8	09/10/2024	11:00 a.m.	Feed	Contenido de servicio	<p>Si eres primerizo con tu negocio y no sabes cómo hacerlo crecer.</p> <p>Este paquete es el ideal para ti.</p> <p>#negocios #fotografía #paquetes</p>	<p>IMAGEN:</p> 

9	10/10/2024	11:00 a.m.	Historia	Contenido	<p>Queremos saber tu opinión contestando esta pequeña encuesta.</p> <p>#fotografía #encuesta #marcapersonal</p>	<p>IMAGEN:</p> 
10	11/10/2024	11:00 a.m.	Feed	Contenido	<p>No importa qué tan lentos vayas, mientras no te detengas.</p> <p>Comparte para motivar a más personas que inician con su negocio.</p> <p>#motivación #fotografía #marcapersonal</p>	<p>IMAGEN:</p> <p>#MOTIVACIÓN</p> <p>NO IMPORTA QUÉ TAN LENTO VAYAS MIENTRAS NO TE DETENGAS</p> 

11	12/10/2024	11:00 a.m.	Feed	Ventas	<p>Necesitas compartir tus productos en las redes, pero lo tuyo no es la fotografía ni la creatividad.</p> <p>¡CONTRATANOS!</p> <p>Generaras ventas por medio de unas fotografías de calidad.</p> <p>#fotografiadeproducto #marpersonal #negocios</p>	<p>IMAGEN:</p>  <p>Lisbeth Ayala VISUAL Dónde cada imagen y video cuentan una historia única</p> <p>Contáctanos para realizar fotografías de tu negocio o productos</p> <p>(503) 7662 - 1593 https://www.instagram.com/lisbethayala69971gsh=c6f1R2x47T05a296</p>
12	13/10/2024	11:00 a.m.	Feed	Contenido	<p>Público objetivo al que la marca personal ofrece sus servicios profesionales.</p> <p>#fotografía #servicios #marcapersonal #medios #negocios #empresas #eventos</p>	<p>IMAGEN:</p>  <p>PÚBLICO OBJETIVO</p> <p>A continuación te presento el público objetivo al que está destinada mi marca personal.</p> <ol style="list-style-type: none"> Medios de comunicación: Fotografías y videos sobre coberturas periodísticas dentro del país. Negocios y Empresas: Para dar a conocer los productos que ofrecen, así como las empresas con sus servicios. Todo tipo de eventos sociales: Eventos sociales como bodas, 15 años, bautizos, cumpleaños. <p>(503) 7662 - 1593 https://www.instagram.com/lisbethayala69971gsh=c6f1R2x47T05a296</p>

13	14/10/2024	11:00 a.m.	Feed	Contenido	<p>Te compartimos los horarios de atención para que tu proceso sea ordenado y cómodo.</p> <p>#fotografía</p> <p>#marcapersonal #negocio</p>	<p>IMAGEN:</p> 
----	------------	------------	------	-----------	---	---

14	15/10/2024	11:00 a.m.	Feed	Contenido	<p>¿Qué es el fotoperiodismo? #fotografía #periodismo #marcapersonal</p>	<p>IMAGEN:</p>  <p>¿QUÉS ES EL FOTOPERIODISMO</p> <p>Es un género periodístico que tiene como objetivo representar y comunicar a través de fotografías determinados acontecimientos, personajes, temáticas o sucesos.</p>  <p>  (503) 7662 - 1393  https://www.instagram.com/isbethayala699?gsh=c581f12e47105a29c </p>
----	------------	------------	------	-----------	--	---

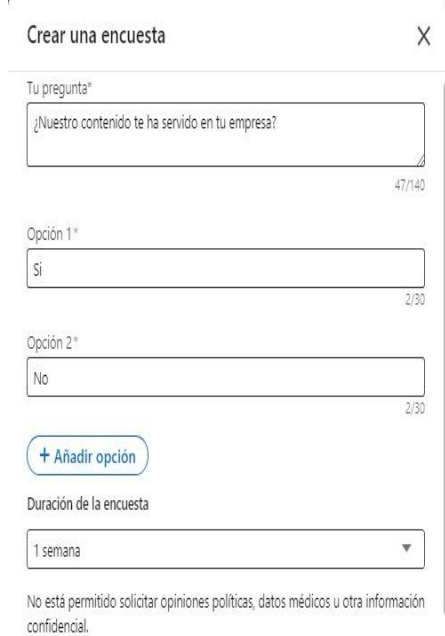
15	16/10/24	11:00 am.	Historia	Ventas	<p>Conoce las formas de pago al contratar nuestros servicios.</p> <p>#pagos #marcapersonal #servicios #fotografía</p>	<p>IMAGEN:</p>  <p>The infographic is titled "FORMAS DE PAGO LISBETH AYALA VISUAL". It lists three payment methods with corresponding icons: "EFECTIVO" (cash), "TRANSFERENCIA" (bank transfer), and "TARJETAS" (credit cards). Below these is a detailed illustration of a camera. At the bottom, it provides contact information: a phone icon followed by "(503) 7662 - 1593" and a globe icon followed by the Instagram profile link "https://www.instagram.com/lisbethayala6997gsh=c681R2x4Y105a296".</p>
----	----------	-----------	----------	--------	---	---



CALENDARIO DE PUBLICACIONES EN LINKEDIN DEL 2 AL 16 DE OCTUBRE DE 2024.

N°	FECHA	HORARIO	TIPO DE CONTENIDO	PLAN DE CONTENIDO	COPY	PIEZA GRÁFICA
1	02/10/2024	1:00 p.m.	Publicación	Contenido de servicio	<p>¿Necesitas a un profesional para dar a conocer tu negocio o empresa? ¡Contáctanos! Nuestro trabajo es ayudarte a ti y a tu empresa. #fotografía #empresa #marcapersonal</p>	<p align="center">IMAGEN:</p> 
2	03/10/2024	1:00 p.m.	Publicación	Contenido	<p>¿Sabías que la fotografía es la clave para el éxito y crecimiento de cualquier negocio? Sin embargo, muchas empresas todavía subestiman su importancia y piensan que solo</p>	<p align="center">IMAGEN:</p>

					<p>necesitan un buen producto o servicio para crecer.</p> <p>Te explicamos por qué de su importancia.</p> <p>#fotografía #negocios #marcapersonal</p>	<p>IMPORTANCIA DE LA FOTOGRAFÍA EN NEGOCIOS</p> <p>Los empresario muchas veces no se dan cuenta de lo importante que es tener buenas fotografías para su negocio. Las imágenes ayudan a vender más.</p> <p>Tener unas buenas fotografías tanto del personal como de los productos y servicios, es la primera impresión que va a tener el cliente de nosotros.</p> <p>15031 7662 - 1593 linkedin.com/in/lisbeth-ayala-0179c3318</p>
3	04/10/2024	1:00 p.m.	Publicación	Contenido	<p>Te compartimos unos consejos que pueden ayudar a tu empresa para lograr un mayor crecimiento.</p> <p>#fotografía #negocios #marcapersonal</p>	<p>IMAGEN:</p> <p>Consejos para tu negocio</p> <ul style="list-style-type: none"> Conoce a tu público para ofrecer mejor tu servicio. Mantente actualizado publicando tus productos o servicios. Apuesta por la retención del cliente. Únete a las tendencias para promocionar tus productos o servicios. <p>ASEGÚRATE DE CONTRATAR NUESTROS SERVICIOS PARA TENER FOTOGRAFÍAS DE CALIDAD.</p> <p>Lisbeth Ayala 15031 7662 - 1593 linkedin.com/in/lisbeth-ayala-0179c3318</p>
4	05/10/2024	1:00 p.m.	Publicación	Contenido de servicio	<p>Mira los paquetes que te ofrecemos para hacer</p>	<p>IMAGEN:</p>

					<p>crecer tu empresa en las redes sociales, bajo las manos de un profesional.</p> <p>#fotografía #negocios #marcapersonal #paquetes</p>	<p>Paquetes disponibles</p> <p>Mejora tu negocio o empresa con nuestros servicios profesionales .</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #333; color: white; width: 25%;"> <p>Plan Básico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Toma de 10 fotografías del evento. • Creación de video de 5 minutos del evento. • Gratis: 2 fotos adicionales. • Costo: \$100.00 </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #333; color: white; width: 25%;"> <p>Plan Mediano</p> <ul style="list-style-type: none"> • Toma de 20 fotografías del evento. • Creación de video de 10 minutos del evento. • Fotografías en formato digital y papel fotográfico. • Gratis: 5 fotos adicionales. • Costo: \$150.00 </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #333; color: white; width: 25%;"> <p>Plan Premium</p> <ul style="list-style-type: none"> • Toma de 30 fotografías del evento. • Creación de video de 20 minutos del evento. • Fotografías en formato digital y papel fotográfico. • Gratis: 10 fotos adicionales. • Costo: \$200.00 </div> </div> <p style="text-align: right;">Lisbeth Ayala Visual </p> <p style="font-size: small;"> 5037662-1593 linkedin.com/in/lisbeth-ayala-0173a3218 </p>
5	06/10/2024	1:00 p.m.	Publicación	Contenido	<p>El esfuerzo que haces cada día valdrá la pena ¡No te rindas!</p> <p>#fotografía #negocios #marcapersonal #motivación</p>	<p style="text-align: center;">IMAGEN:</p>  <p style="text-align: center;">IMAGEN:</p>
6	07/10/2024	1:00 p.m.	Encuesta	Contenido	<p>En este día queremos saber tu opinión respondiendo esta pequeña encuesta.</p>	<p style="text-align: center;">IMAGEN:</p>


					<p>#fotografía #negocios #marcapersonal</p>	
7	08/10/2024	1:00 p.m.	Publicación	Ventas	<p>En este día queremos ofrecerte una promoción exclusiva de nuestros servicios. ¡Aprovéchalo! #fotografía #negocios #marcapersonal #oferta #descuento</p>	<p>IMAGEN:</p>

						
8	09/10/2024	1:00 p.m.	Publicación	Contenido	<p>Estos beneficios te ayudarán a tener mejor visualización en redes sociales.</p> <p>#fotografía #negocios #marcapersonal #beneficios</p>	<p>IMAGEN:</p> 
9	10/10/2024	1:00 p.m.	Publicación	Contenido	<p>¿Quiénes somos? Entérate de nuestra empresa.</p>	<p>IMAGEN:</p>

					#fotografía #negocios #marcapersonal	
10	11/10/2024	1:00 p.m.	Publicación	Ventas	<p>DÍA ESPECIAL</p> <p>Solo por hoy la marca Lisbeth Ayala Visual, te ofrece un descuento en el plan de preferencia.</p> <p>#fotografía #negocios #marcapersonal #oferta #descuento</p>	<p>IMAGEN:</p> 
11	12/10/2024	1:00 p.m.	Publicación	Contenido	Estos son algunos tips que debes tomar en cuenta para	<p>IMAGEN:</p>

					tener una mejor visualización de tu negocio o empresa. #fotografía #negocios #marcapersonal	
12	13/10/2024	1:00 p.m.	Publicación	Ventas	Un buen negocio necesita buenas fotografías, nosotros te ayudaremos a generar más ganancia y vistas a tu perfil. Contrata nuestro servicio fotográfico no te decepcionaras. #fotografía #negocios #marcapersonal	<p>IMAGEN:</p> 
13	14/10/2024	1:00 p.m.	Publicación	Contenido	Te compartimos los horarios de atención para	<p>IMAGEN:</p>

					<p>que tu proceso sea ordenado y cómodo.</p> <p>#fotografía #negocios</p> <p>#marcapersonal</p>	
14	15/10/2024	1:00 p.m.	Publicación	Contenido	<p>Si es tu primera vez con un negocio o empresa y quieres darlo a conocer en las redes sociales. Este servicio es el ideal para ti y tu marca.</p> <p>#fotografía #negocios</p> <p>#marcapersonal</p>	<p>IMAGEN:</p> 

15	16/10/24	1:00 p.m.	Publicación	Ventas	<p>Conoce las formas de pago al contratar nuestros servicios.</p> <p>#pagos #marcapersonal #servicios #fotografía</p>	<p>IMAGEN:</p> 
----	----------	-----------	-------------	--------	---	---

BIBLIOGRAFÍA

- <https://www.euroinova.com/blog/que-es-fotoperiodismo#:~:text=El%20fotoperiodismo%2C%20tambi%C3%A9n%20llamado%20periodismo,contexto%20a%20una%20situaci%C3%B3n%20real.>
- <https://www.escuelaunidadeditorial.es/blog/periodismo-investigacion-deportivo/fotoperiodismo>
- <https://acumbamail.com/blog/linkedin-marca-personal/>