



# INSTA BRANDING

Cómo Crear una Imagen Magnética para  
Posicionar tu Marca y Atraer Más Clientes

[VALOONBRANDING.COM](http://VALOONBRANDING.COM)



# BIENVENIDA

## *Una identidad de marca definida será la base de un feed de Instagram irresistible*

Un feed no es solo una colección de imágenes, es el reflejo de una identidad de marca definida; es la representación visual de los valores de tu marca.

Un feed de Instagram cohesivo tiene la capacidad de contar una historia e inspirar confianza en un cliente prospecto.

Esta guía reúne todos los conocimientos que he adquirido en los últimos años sobre planificación y creación de contenido.

Te llevaré a través de las destrezas necesarias para crear fotografía que enaltezca tu marca, con herramientas sencillas y prácticas que te llevarán al éxito.

# ¿QUIÉN SOY?

¡Rompamos el hielo! Estoy muy feliz de tener la oportunidad de ofrecerte los conocimientos que he adquirido desde el 2014, sabiendo que si aplicas mis técnicas, vas a llevar tu negocio al siguiente nivel.

Mi nombre es Génesis, co-fundadora de Valoon; a mis 26 años he fracasado más que muchas otras personas que me doblan la edad. Esto puedo atribuirlo a que solía ser inconsistente, impaciente, y desenfocada.

Una de mis virtudes, que también suele ser mi condena, es que amo crear nuevos conceptos y negocios, esto me provocó ser inconsistente en el pasado ya que siempre quería comenzar un nuevo proyecto sin dar el máximo en los que ya había comenzado.

He comenzado junto a mi esposo Mike alrededor de 10 negocios y te puedo decir que aunque ninguno prosperó, de cada uno aprendí las destrezas que me llevaron a este "overnight success" luego de 4 años de fracasos incalculables.

*Génesis, xoxo*



*Cuando entendí que mi éxito era determinado por la consistencia de mis acciones, dejé de hablar y comencé a actuar.*



# AL TERMINAR ESTE CURSO...

Pasarás de no saber cómo planificar estratégicamente tu contenido, a dominar todas las destrezas que te permitirán crear un feed profesional que genere confianza y aumente tus ventas.



L EQUILIBRIO  
PERFECTO EN LA  
SELECCIÓN DE PRECIOS:  
Cómo encontrarlo?

V.



# 01 Identidad de Marca

Qué elementos comprenden tu identidad de marca, cómo definirla, y elementos críticos para establecer una marca confiable.

# 02 Tipos de Feed

Cómo organizar tu contenido, formatos y patrones que puedes implementar en tu estrategia de contenido.

# 03 Planificación de Contenido

Cómo planificar tu contenido con anticipación para lograr armonía entre todas tus publicaciones.

# 04 Creación de Contenido

Aprende todo sobre creación y edición de contenido siguiendo una estética y un estilo particular.

# 05 Recursos

Recursos extras que te ayudarán en el proceso de crear un feed que represente tu marca.

CONTENT



# FORMULA, IMAGEN MAGNÉTICA

# 5-PASOS

## 01 Define tu Identidad Visual

*Define tu identidad de marca. Escoge una paleta de colores y tipografía para la representación visual de tu marca.*

## 02 Escoge tu Estilo de Feed

*Evalúa los estilos de feed y escoge el que se adapta mejor a tu tipo de contenido, preferencia y frecuencia de publicación.*

## 03 Planifica tu contenido

*Planifica paso a paso, según los objetivos de tu marca, el contenido que vas a realizar y cómo cada pieza se relaciona entre sí.*

## 04 Crea contenido estratégico

*Con tu plan en mano, vas a crear contenido que se relacione y mantenga armonía entre cada pieza sin ser repetitivo ni redundante.*

## 05 Visualiza

*De la mano de la planificación, la organización es esencial. Una vez estés satisfecha con el acomodo de contenido, es hora de comenzar a publicar*

# MODULO

## IDENTIDAD DE MARCA



*La identidad de marca está formada por elementos visuales creados para formar la imagen de marca ante los consumidores.*

# ¿QUÉ ES LA IDENTIDAD DE MARCA Y CÓMO LA DEFINO?

La *Identidad de Marca* son los colores, el diseño, logo y en general los elementos visuales que identifican tu marca. Este conjunto de elementos te ayudan a forjar la *Imagen de Marca* en la mente del consumidor.

El propósito de los elementos que forman tu *Identidad de Marca* es construir una imagen, para que tu marca sea percibida de cierta forma ante tu cliente ideal.

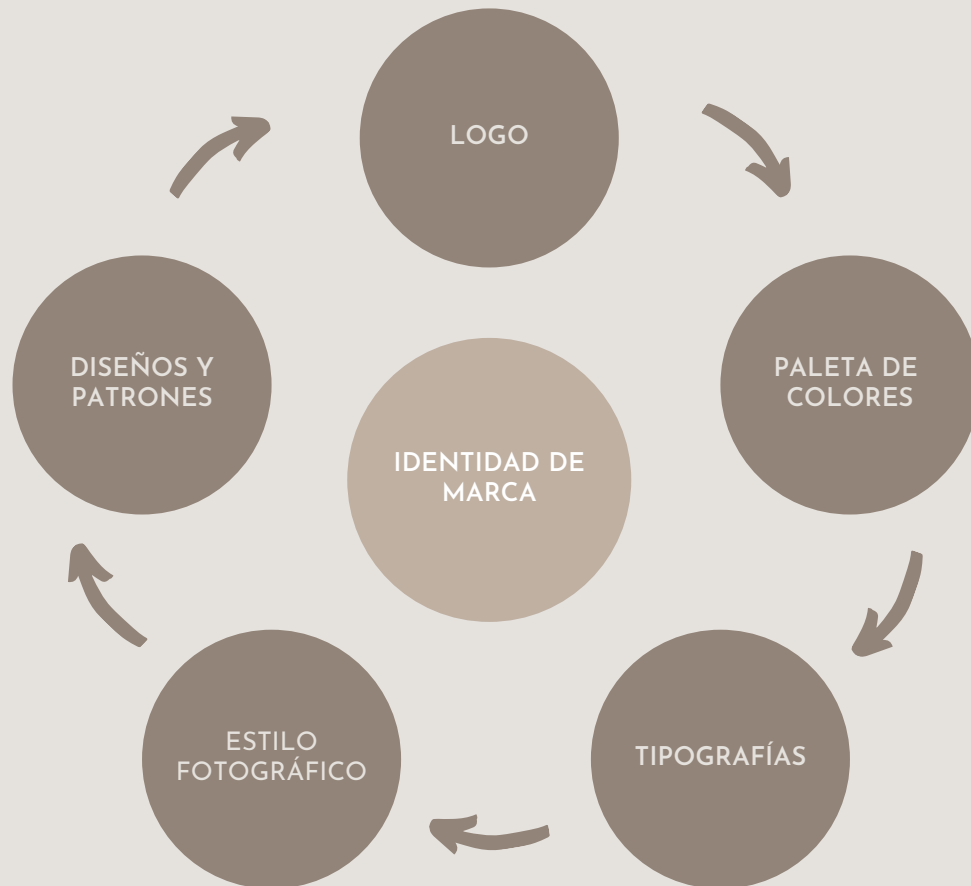
Es esencial ser intencional a la hora de elegir estos elementos que van a definir tu marca, ya que a largo plazo, cambiar estos elementos con frecuencia puede resultar en una imagen de inestabilidad, o peor aún, perder el reconocimiento de marca que se haya obtenido a través del tiempo.

En este módulo hablaremos del Modelo IV para definir tu identidad visual y los elementos que la componen, estos elementos son integrales en cómo tu marca será percibida en Instagram y esenciales para la creación de contenido. Al culminar lograrás desarrollar elementos memorables que aumentarán tu *reconocimiento de marca* y confiabilidad.

"Una marca no es igual a una identidad, la identidad es el resultado de una marca efectiva"

*Erick Straghalis*

# MODELO ID



Cada uno de estos elementos es importante para la creación de contenido y para crear una imagen coherente en todos tus puntos de contacto con el cliente ideal. Para efectos de esta guía nos concentraremos en los 3 indispensables: logo, paleta de colores y tipografías.

## NOTES


**LOGO:** Al comenzar tu emprendimiento, puedes verte tentada a utilizar un logo de Canva o de alguna aplicación de logos pre-hechos. Y aunque uno de mis lemas es "*lo importante es empezar*", es de crucial importancia que inviertas en un logo profesional tan pronto esté a tu alcance.

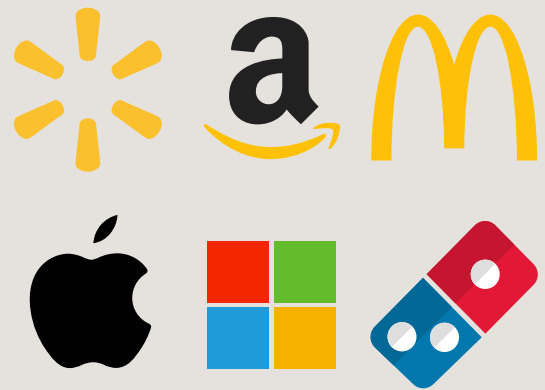
El logo es ese elemento que tu cliente debe recordar tan pronto piensa en tu marca. Algunas cualidades de un buen logo incluyen:

Distintivo, memorable, *timeless* (no pasa de moda), simple y versátil.

En Valoon Branding nos enfocamos en logos minimalistas ya que menos es más. Piensa en logos como el de Windows, Apple, MCDonald's, son logos icónicos

simples y memorables.

Uno de los errores más comunes en la creación de un logo es creer que tu logo debe decirlo todo. Un logo es solo una imagen cuyo único propósito es representar tu marca, no comunicar; para la comunicación existen otros elementos.



[ACCEDE AL TALLER:  
DISEÑA UN LOGO MAGNETICO](#)

## NOTAS IMPORTANTES PARA RECORDAR:

- Un logo es la representación visual de una marca, no necesita ser una comunicación de tu marca.
- Un buen logo es memorable, distintivo, versátil, simple y timeless.
- El propósito del logo es ser la primera imagen que tu cliente recuerda cuando piensa en tu marca.

**TIPOGRAFÍA:** Con la gran variedad de "fonts" (letras) que hay disponible, seguramente no te has decidido por cuáles serán las elegidas para representar tu marca.

Hablemos un poco de los estilos de letra y cómo escoger una apropiada para tu negocio:

## SANS SERIF

## SERIF

*Script*

## DISPLAY

Las tipografías "serif" son aquellas que tienen "pies" o ese detalle fino en los extremos de cada letra contrario a las "sans". Las tipografías "serif" suelen evocar un look más tradicional, mientras las "sans" lucen modernas.

Por otro lado, los *fonts* estilo script se dividen en tradicional o moderno. Las tradicionales imitan la caligrafía y las modernas usualmente imitan la escritura a mano de hoy día.

Existe una infinidad de *fonts* estilo display, y aunque no deben usarse para el cuerpo del texto,

pueden causar una gran impresión cuando se utilizan en títulos o logos.

Al seleccionar la tipografía de tu marca, debes escoger al menos 2 y no más de 3. Debes tomar en cuenta qué *font* te gustaría utilizar para títulos y cuáles deseas utilizar para el cuerpo del texto (*body*).

Factores que debes tomar en consideración a la hora de hacer tu selección es si deseas que la imagen percibida de tu marca sea: Formal o informal, clásica o moderna, dramática o ligera.

En la sección de recursos encontrarás páginas donde puedes descargar fonts para uso comercial.

### NOTES





# PALETA DE COLORES

En mercadeo, las paletas de colores de una marca son específicamente importantes porque aún cuando pocas personas lo sabe, los colores tienen una reacción psicológica en los humanos. Es por esto que debes estar consciente de qué emoción quieres evocar con tu marca y partir de ahí a la creación de tu paleta de colores.



- Precaución
- Alegría
- Amistoso
- Intelecto



- Peligro
- Alerta
- Energía
- Emocionante



- Paz
- Estabilidad
- Tranquilidad
- Integridad



- Vida
- Crecimiento
- Naturaleza
- Dinero



- Realeza
- Lujo
- Sabiduría
- Magia



- Cálido
- Seguridad
- Abundancia
- Aventura



- Sofisticado
- Poder
- Misterio
- Formal



- Natural
- Auténtico
- Riqueza
- Simple



- Pureza
- Limpio
- Moderno
- Fresco

# CREA TU PALETA DE COLORES

Sigue este pequeño tutorial para crear tu paleta de colores

## 01 ESCOJE EL TIPO DE PALETA DE COLOR

**Monocromática** - distintos tonos del mismo color

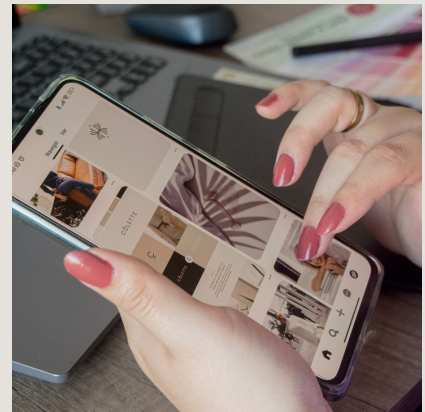
**Análoga** - colores que están uno al lado del otro en la rueda de color

**Complementario** - colores que están opuestos en la rueda de color



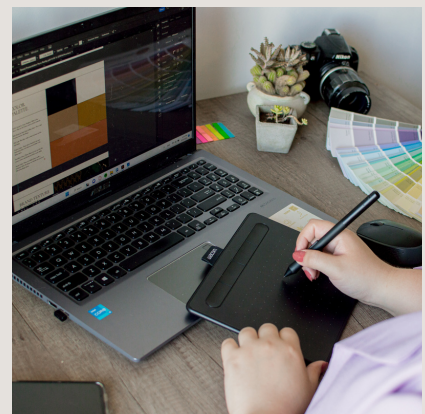
## 02 INSPÍRATE

Una vez hayas escogido tu color principal de tu marca, haz un moodboard en Pinterest con varias imágenes que contengan tu color principal en combinación con otros colores.



## 03 FACILITA LA CREACIÓN DE LA PALETA

Utiliza la página [colors.co](https://colors.co) para crea tu paleta de colores, puedes hacer una paleta a partir de una imagen o seleccionar el tono principal y dejar que el programa te ofrezca opciones apropiadas para el tono que escogiste. Verás que tienes la opción de cambiar el tipo de paleta que deseas crear (monocromática, analoga, etc...)



# RESUMEN DE CREACIÓN DE IDENTIDAD DE MARCA

## CREACIÓN DE LOGO

Crea en conjunto con un diseñador gráfico el logo oficial de tu marca si aún no lo has creado. Este debe ser simple, memorable, timeless y versátil

01

## ESCOGIDO DE TIPOGRAFÍA

Escoge la tipografía que vaya con la personalidad de tu marca. Esta puede ser formal, casual, clásica, moderna, dramática, ligera, o una combinación de ellas.

02

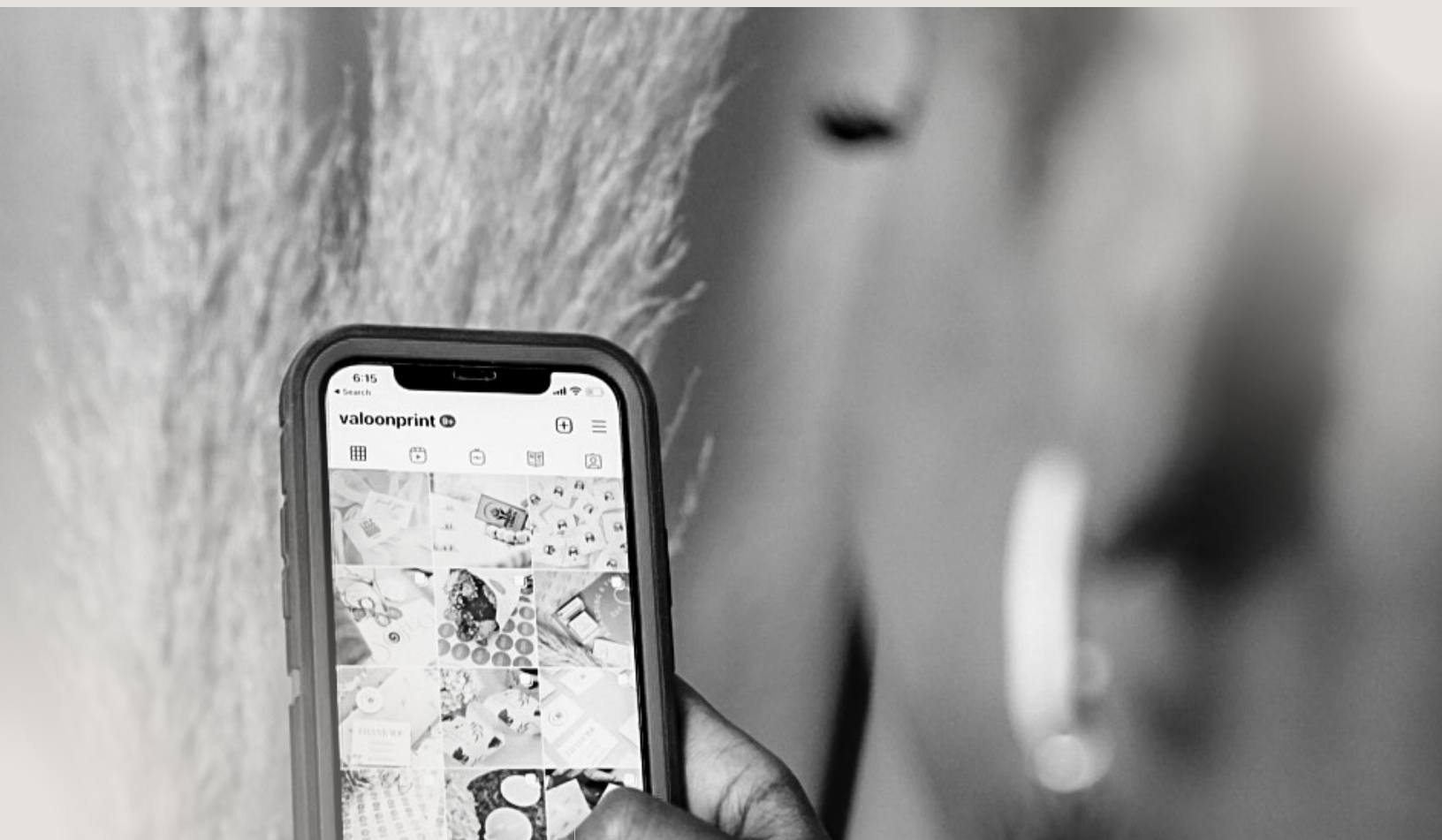
## CREACIÓN DE PALETA DE COLORES

Crea tu paleta de colores tomando en consideración la psicología del color junto a la emoción que quieras evocar en tu cliente ideal.

03

# MODULO

## TIPOS DE FEED



*La armonía comienza en la organización, escoger un formato de feed te ayudará a planificar tu contenido de manera eficiente.*

# TIPOS DE FEED Y ADAPTABILIDAD

El feed es tu carta de presentación ante un cliente ideal que está decidiendo si seguirte o no y en muchas ocasiones la primera impresión es la que cuenta. ¿Cuántas veces has visitado un perfil de Instagram y dices: "wow, me encanta esta marca"? Puedo casi apostar que la estética del Instagram estaba bien definida y organizada.

Para lograr un feed cohesivo, es importante conocer los tipos de patrones que existen y cuál de ellos se adapta mejor a tu tipo de contenido y frecuencia de publicación.

Una vez escoges el tipo de feed, no recomiendo que lo cambies, pero si en algún momento el estilo de feed que escogiste no funciona para tus metas de contenido, evita cambiar de patrón antes de las 15 publicaciones.

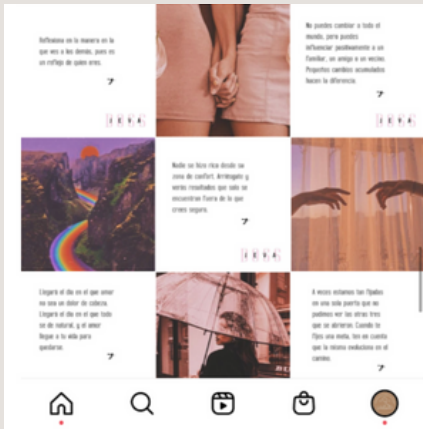
Al terminar este módulo conocerás las ventajas y desventajas de cada estilo de feed y tomarás una decisión informada antes de comenzar la planificación de tu contenido.

*"Ser consistente es más importante que ser perfecto"*

# PATRONES:

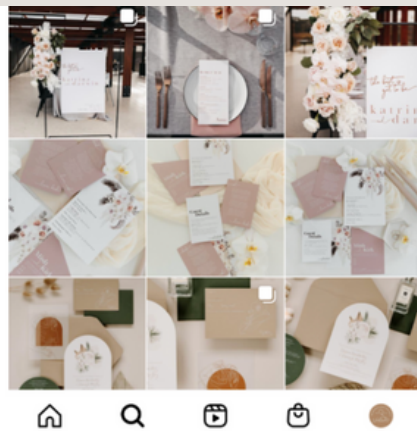
## CHECKERBOARD

El patrón de checkerboards consiste en utilizar una misma plantilla gráfica o que varíe levemente y publicarla 1 día sí, 1 día no. Este diseño es el que va a llevar el ritmo de tu feed aunque no debes descuidar la apariencia de las fotos regulares.



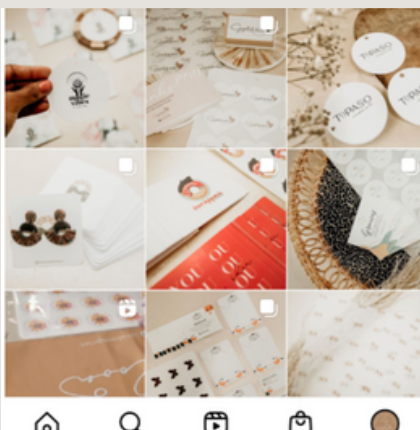
## LÍNEAS HORIZONTALES

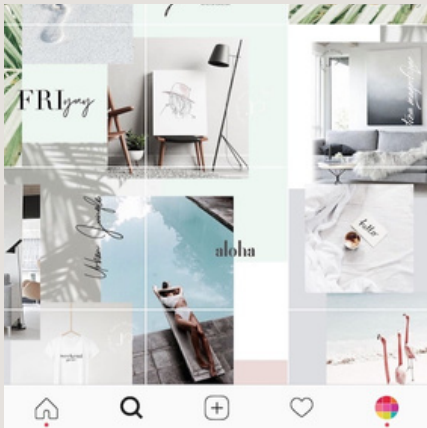
El patrón líneas horizontales consiste en crear 3 piezas de contenido corridas que contengan los mismos elementos. Estas tres fotos deben ser prácticamente iguales y variar solo un poco entre sí.



## TONALIDADES

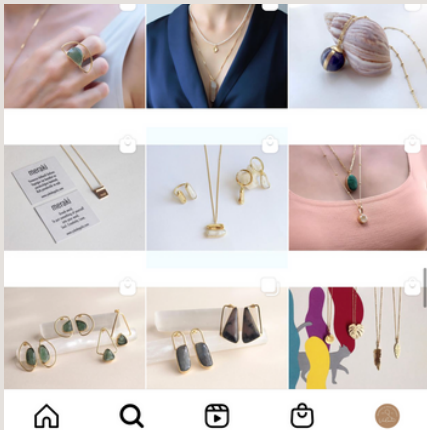
El patrón de tonalidades, consiste en crear distintas piezas de contenido con las mismas tonalidades y reflejar la misma paleta de colores a través de todos los elementos visuales.





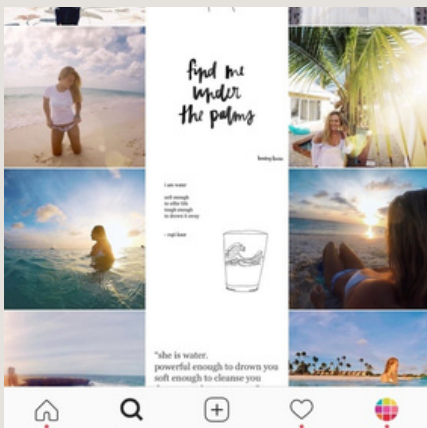
## ROMPECABEZAS

El patrón de rompecabezas requiere de una plantilla pre-diseñada donde colocar tus imágenes. Cada cuadro conecta perfectamente con cada pieza de contenido en las cuatro esquinas.



## BORDES

El patrón de bordes consiste en agregar bordes exactamente iguales alrededor de cada imagen. Pueden ser bordes superiores e inferiores, laterales, o en forma de cuadrado, círculo, entre otros.



## LÍNEA VERTICAL

El patrón de línea vertical, consiste en utilizar 1 diseño igual o que varíe levemente cada 2 publicaciones. Es decir, publicas 2 fotos, 1 diseño, 2 fotos, 1 diseño.

# VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE TIPOS DE FEED

01

## CHECKERBOARD

### Ventajas:

- Fácil de planificar, solo requiere de 1 diseño predeterminado.

### Desventajas:

- Rutinario, al ser 1 mismo diseño, las publicaciones no resaltan

02

## LÍNEAS HORIZONTALES

### Ventajas:

- Fácil de planificar, muestra varios ángulos del mismo producto

### Desventajas:

- Repetitivo, se descuadra si no publicas las 3 fotos seguidas

03

## TONALIDADES

### Ventajas:

- Cada imagen resalta. te distingue de la competencia

### Desventajas:

- Requiere mucha planificación, y destrezas de edición

04

## ROMPECABEZAS

### Ventajas:

- Luce organizado y diferente

### Desventajas:

- Tamaño máximo de imagen cuadrado, no utilizas todo el espacio para mostrar la fotografía

05

## BORDES

### Ventajas:

- Puede lucir delicado y elegante

### Desventajas:

- Pierdes espacio de fotografía y las imágenes se ven pequeñas

06

## LINEA VERTICAL

### Ventajas:

- Fácil de planificar, 1 diseño predeterminado repetido

### Desventajas:

- Los posts del diseño repetido no destacan entre sí

# MODULO

## PLANIFICACIÓN DE CONTENIDO



*Planificar tu contenido te permitirá gozar de libertad de tiempo que podrás invertir en otras áreas de tu negocio, aparte de ser la herramienta más poderosa que tienes para crear un feed cohesivo.*

# ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN EFECTIVA

¿Guiarías un auto con una venda esperando llegar a tu destino? Espero que estemos de acuerdo en que la respuesta es NO. Por esta misma razón tampoco debes publicar contenido sin una estrategia, esperando llegar a algún lugar por accidente o arte de magia.

La planificación es crucial para obtener un resultado deseado. Primero iremos sobre estrategias básicas que puedes implementar en tu Instagram, estas incluirán ideas de contenido en base a los objetivos sociales de tu negocio.

Luego nos adentraremos en las herramientas necesarias para una planificación de feed efectiva. Cómo planificar tu contenido, para que el proceso de creación sea más fluido y tiempo efectivo.

Cuando creamos contenido con un plan de por medio, reducimos increíblemente el tiempo que usualmente requiere este proceso. Esto te permite escoger 1 o 2 días específicamente para creación de contenido y producir en masa. Al culminar sabrás cómo planificar efectivamente tu feed para que la etapa de creación sea fácil y estratégica.

*"La esencia de la estrategia es saber escoger qué NO hacer"*

*Michael E. Porter*

Al planificar tu contenido, es importante tomar en cuenta tus fortalezas y limitaciones. Puedes tener un gran plan para el contenido pero si no estás en la disposición, o quizás no tienes el tiempo para producirlo, la probabilidad mayor es que hayas perdido el tiempo en la planificación y termines creando contenido sin estrategia.

Ahora bien, la planificación de contenido debe estar atada a los objetivos sociales de tu marca a corto y largo plazo.

Algunos ejemplos de objetivos sociales son:

- Aumentar tu reconocimiento de marca
- Aumentar las interacciones
- Aumentar las ventas
- Generar X clientes potenciales

Al terminar este módulo, siéntate por al menos 30 minutos y determina cuáles son tus objetivos sociales y cuáles son tus planes para cumplir cada objetivo.

Una vez tengas claros tus objetivos sociales, pasarás a la fase de "moodboard" donde crearás un feed preliminar de contenido y luego podrás escoger en qué formato (foto, video, reel) crear este contenido. Ojo: recuerda que en julio 2021 Instagram anunció que ya no es una aplicación para compartir fotos, sino que se estarán enfocando en videos.

Así que no olvides planificar una mayor cantidad de contenido en video, este puede ser en formato de reel si no deseas afectar la estética de tu feed, o puedes hacer videos semi-estáticos de los cuales hablaré más adelante.

El secreto #1 para un feed cohesivo comienza en la planificación. Tienes que tener en cuenta al planificar que los elementos que utilices en tu fotografía deben contener los colores de tu paleta de colores. Por ejemplo si tu paleta de colores contiene blanco, marrón y terracota, tienes que asegurarte que aunque tu producto no contenga estos colores, los accesorios, fondo y elementos predominantes contengan estos colores.

Verás que en la edición lograrás la uniformidad pero esta dependerá de haber hecho contenido siguiendo tu paleta de colores.

Hago énfasis particularmente en esta sección ya que si no planificas teniendo en cuenta estos factores, no lograrás un look uniforme en tus publicaciones.

Al realizar tu moodboard puedes hacerlo con inspiración de poses y sets fotográficos pero también puedes hacerlo siguiendo tu paleta de colores para que tengas una idea de cómo lucirá tu feed.

# OBJETIVOS SOCIALES

CUÁLES SON MIS OBJETIVOS SOCIALES

---

---

---

---

---

CÓMO PRETENDO LLEGAR A MIS OBJETIVOS

---

---

---

---

---

---

---

---

---

FECHA DE COMIENZO

DEADLINE

# CÓMO UTILIZAR CADA FORMATO DE CONTENIDO

En Instagram tenemos distintos formatos para crear contenido. Cada uno de ellos nos dará ventaja en objetivos específicos. A continuación te compartiré los formatos que puedes utilizar para cada objetivo social.

## ENGAGEMENT

### CARRUSEL

Comparte varios ángulos de un mismo producto o distintas variaciones del producto.

Actualmente los carruseles están obteniendo hasta 5.13% más interacción que las publicaciones de 1 solo slide.

## AWARENESS

### VIDEOS

1 video view es cuando un usuario ve al menos 3 segundos de un video.

Esta es una buena medida para el reconocimiento de marca. Además en los insights puedes ver el porcentaje de viewers que no son tus seguidores.

## INCREASE SALES

### FOTOS

Las fotos usualmente son utilizadas para compartir producto con la finalidad de hacer una venta. La estadística que podemos utilizar para medir el éxito de este objetivo es "website clicks".

## LEAD GENERATION

### STORIES

70% de usuarios ve diariamente stories.

Estos son una excelente manera de mantenerte en el tope de la mente de tu cliente y generar clientes potenciales. Puedes medirlo a través de "website clicks" o pedir emails utilizando el sticker de pregunta.

## REACH

### REELS

Reels es el nuevo formato de contenido de Instagram, estos están siendo empujados con más agresividad que cualquier otro tipo de formato por lo que es excelente para llegar a más personas. Puedes medirlo con la estadística de "reach".

## LOYALTY

### LIVE + IGTV

Los lives son la mejor manera de conectar en tiempo real con tu comunidad y de crear lealtad. Al finalizar el live puedes reutilizar este contenido y añadirlo a "IGTV".

# IDEAS DE CONTENIDO PARA CUMPLIR TUS OBJETIVOS SOCIALES

## AUMENTO DE RECONOCIMIENTO DE MARCA

- Preséntate, dale personalidad a tu marca añadiendo 10 fun facts sobre ti y tu negocio.
- Publica *quotes*, *tips* o contenido "relacionable" que quieran compartir
- Comentar diariamente durante al menos 30 minutos en cuentas que publiquen en tus hashtags más usados

## AUMENTAR INTERACCIÓN

- Ofrece un premio a cambio de la interacción, un tip, un descuento, free shipping...
- Haz que la interacción sea fácil, usa stickers de preguntas, y haz preguntas que sean fáciles de contestar
- Crea countdowns para eventos especiales e invita a activar la alarma

## AUMENTAR TRÁFICO WEB

- Crea ofertas en días claves y redirige al cliente al web.
- Añade un blog a tu web y crea contenido exclusivo.
- Promueve en los stories tips que lleven a tu contenido exclusivo del web

## GENERAR LEADS

- Crea un cheatsheet, workbook, descuento o video exclusivo para los suscriptores de tu email list
- Haz un landing page especial para suscribirse a tu email list con una oferta. Usa [flodesk](#)
- Haz concursos donde regales productos a un suscriptor de tu lista

## AUMENTAR VENTAS

- Crea contenido de venta con llamado a la acción claro
- Haz contenido de ofertas puntuales de tus best-sellers
- Haz anuncios redirigidos a personas que ya han visitado tu web o tu profile (usando un [facebook pixel](#)).

# PLANIFICA TU CONTENIDO MENSUAL

CONTESTA CON UN NÚMERO EN EL RECUADRO, NO  
TODAS LAS OPCIONES APLICARÁN A TODO NEGOCIO  
NI SERÁN PARA PUBLICAR EN EL "FEED".

MES: \_\_\_\_\_

A. ¿Cuántas veces vas a publicar al mes?

A. ¿Cuántas publicaciones de ofertas?

B. ¿Cuántas publicaciones de quotes?

B. ¿Cuántas publicaciones aspiracionales?

C. ¿Cuántas publicaciones de fotos de producto?

C. ¿Cuántas publicaciones de entretenimiento?

D. ¿Cuántas publicaciones de estilo de vida?

D. ¿Cuántas publicaciones educativas?



La mejor manera de planificar tu feed, una vez estés clara de tus objetivos y hayas dividido el contenido por clasificación (foto de producto, aspiracional, quotes, etc.) será crear un "feed" de inspiración con fotos que luego puedas recrear cuando estés creando tu contenido.

Este será tu *moodboard* y te permitirá visualizar el contenido antes de crearlo. Es de vital importancia que planifiques y luego crees, no a la inversa.

Aquí verás un ejemplo de un *feed* que creé con fotos de inspiración y que luego podría recrear con mi propio contenido. Cabe destacar que estas fotos están editadas con el mismo filtro por lo que puedes apreciar cómo aún siendo fotos diferentes, todas tienen las mismas tonalidades.



Ejemplo de los tipos de publicaciones escogidas para el feed.  
Recuerda que los "reels" también tienen su *feed* propio, por lo que las publicaciones que no desees incluir en tu *feed* principal, pueden mantenerse en tu *feed* de reels,



# TÉCNICA "PLANIFICACIÓN DE CONTENIDO SIMPLIFICADA"

## OBJETIVOS

Define tus objetivos sociales. Es importante que crees contenido que abarque tus objetivos. No solo se trata de tener un "feed bonito" sino de tener un feed que venda y cumpla con tus metas.

01

## CLASIFICA CONTENIDO

Decide cuántas veces publicarás mensualmente, cuántas veces publicarás contenido de frases, estilo de vida, aspiracional, entretenimiento, producto, oferta. Recuerda que esto dependerá de tus objetivos.

02

## CREA UN FEED DE INSPIRACIÓN

Crea un feed con fotos que utilizarás de inspiración, este feed servirá de moodboard, te permitirá visualizar cómo se va a ver el feed de antemano y te facilitará la creación de contenido.

03

# BONO: ORGANIZA TUS IDEAS

Utiliza esta hoja para planificar contenido de reels y stories. clasificación - estilo de vida, educativo, quote, u otro. formato - reel, story, igtv, etc.

<i>Objetivo Social</i>	<i>Clasificación</i>
<i>Formato</i>	
<i>Idea de contenido</i>	

<i>Objetivo Social</i>	<i>Clasificación</i>
<i>Formato</i>	
<i>Idea de contenido</i>	

<i>Objetivo Social</i>	<i>Clasificación</i>
<i>Formato</i>	
<i>Idea de contenido</i>	

<i>Objetivo Social</i>	<i>Clasificación</i>
<i>Formato</i>	
<i>Idea de contenido</i>	

# MODULO

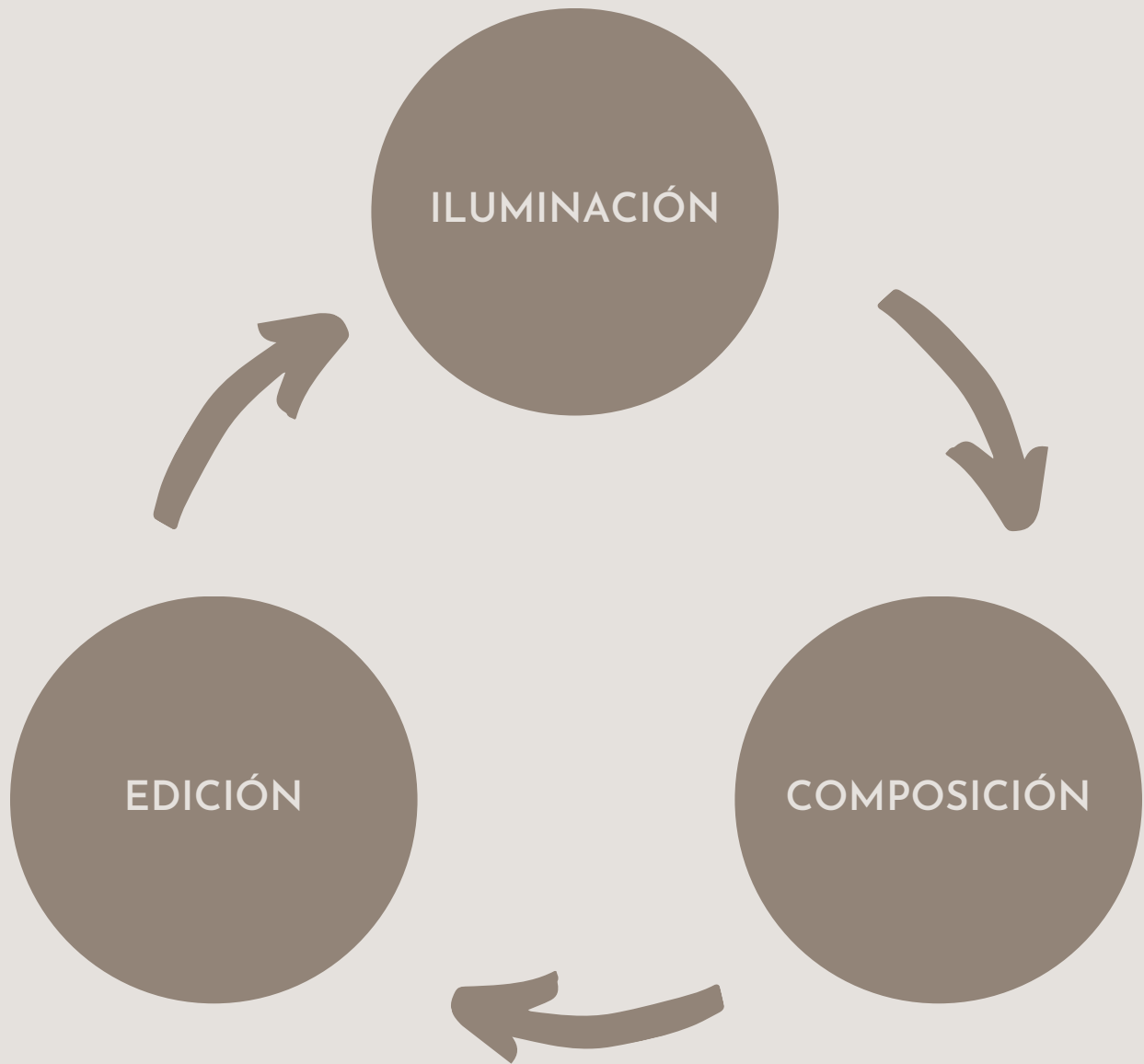
## CREACIÓN DE CONTENIDO



*"Se tan bueno que no puedan ignorarte"*

*-Steve Martin*

# SISTEMA FOTOGRAFÍA 123



# CREANDO CONTENIDO QUE TU AUDIENCIA AMARÁ

Crear contenido profesional es cada vez más accesible para todos. Herramientas como el iPhone y Canva hacen que podamos elevar nuestro contenido fácilmente si aprendemos a dominar sus funcionalidades. La cámara de un iPhone (u otros de alta resolución) y una buena aplicación de edición en muchas ocasiones son todo lo que necesitamos para una foto de calidad. Cuando creamos contenido debemos ser intencional sobre cada una de las piezas que compone nuestro "feed" ya que este no es solo una colección de contenido, sino una mirada dentro de nuestra visión, misión y valores como marca.

En este módulo aprenderás técnicas básicas de iluminación, composición fotográfica, cómo crear video fácilmente a partir de una foto, cómo encontrar y utilizar "presets" o filtros profesionales para mantener una tonalidad uniforme en tus fotografías, edición de foto y video, cómo encontrar contenido de otros usuarios que puedas reutilizar y cómo programar tu contenido para que puedas concentrarte en otras áreas de tu negocio.



# ILUMINACIÓN

*La luz es el factor #1 entre una buena foto y una mala foto. Los 2 tipos de luz que existen son: luz natural y luz artificial. Veamos las diferencias:*



## LUZ NATURAL

- Viene del sol y varía en función de la hora del día
- En las horas de la mañana y la tarde cuando el sol está bajo obtenemos luces cálidas, difusas y con sombras bajas
- En las horas centrales del día la luz suele ser "dura", con sombras marcadas y un contraste fuerte.
- Las mejores horas para tomar fotos son el amanecer y atardecer.

## LUZ ARTIFICIAL

- Viene de objetos creados por el hombre.
- Si la luz es fuerte o suave dependerá del tamaño de la fuente de luz respecto al objeto que ilumina
- La luz artificial se puede distinguir entre luz ambiente (la que ya está) y luz artificial (la que añades).
- Puede venir de bombillas, leds, flash.

Si eres principiante te recomiendo trabajar con luz natural ya que no requiere de tanta experiencia para realizar una buena foto. Intenta hacer tus fotos entre las 7am-10am y entre 5pm-7pm; mientras la luz del sol no es tan intensa. Si en estas horas no tienes la posibilidad de hacer tu contenido, puedes adquirir este [set de luces](#) de Amazon económico y con alguna práctica posicionándolas podrás captar buenas fotografías.

# ESTACIÓN DE FOTOGRAFÍA

## *Cómo hacer una estación de fotografía en casa para tomar fotos de productos bien iluminadas.*

¿Te pasa que siempre crees necesitar el mejor equipo para crear un buen contenido? Usualmente solo estamos creando excusas para justificarnos y posponer el trabajo, te enseñaré cuán fácil y económico es crear una estación para realizar tus fotos de producto. Esta la coloco justo frente a una ventana donde entra luz directa del sol. Necesitarás:

- 1) Fondos
- 2) (2) Foam Boards Blancos
- 3) Accesorios

Deberás escoger distintos fondos **no reflectivos** (que no reboten la luz) y que vayan de acuerdo a la paleta de colores que seleccionaste previamente para tu *feed*.

Algunas opciones de fondos:

Marmol/Backsplash Blanco

Madera Brown y Blanca

Kit de 8 colores sólidos

Los foam boards blancos para rebotar la luz los puedes conseguir en tu tienda escolar más cercana.

Los foam boards permitirán rebotar la luz en ambas direcciones para rellenar sombras indeseadas.

Ejemplos:



\*Colocar frente a una ventana donde entre luz directa del sol

# COMPOSICIÓN

*Una buena composición es la diferencia entre una buena foto y una foto inolvidable. La composición va más allá de dónde colocar tu sujeto u objeto principal*

Si te has sentido abrumada a la hora de tomar una foto porque no sabes dónde colocar tus *props*/accesorios, o no sabes cómo lograr una foto que resalte tu producto, entonces debes estudiar el arte de la composición.

## Regla de los tercios:

Consiste en colocar un grid encima de la imagen (esto puedes hacerlo en los ajustes de la cámara del iPhone) de 9 cuadrados del mismo tamaño. El objeto focal o punto de interés debe colocarse donde las líneas se cruzan, o las zonas +. La regla de los tercios te permitirá crear imágenes más interesantes al no centralizar el objeto principal.



## Balance:

El balance, aunque distinto a la simetría, se puede relacionar entre sí. El balance es cuando podemos dividir una imagen en la mitad y los objetos del lado izquierdo y derecho están en armonía, de manera visualmente placentera. Quiere decir que ninguno de los lados está más sobrecargado que el otro. El balance dará fluidez en la imagen sin saturar la misma con demasiados elementos.

## Profundidad de campo:

Añade la ilusión de 3ra dimensión en una imagen utilizando profundidad. Coloca objetos que complementen tu sujeto principal tanto en el "fondo" como en el "frente" de la imagen. El propósito de estos objetos, aparte de añadir profundidad, es guiar la vista del espectador al objeto principal.



# VIDEOS SEMI-ESTÁTICOS

*Crea videos a partir de una foto fácilmente.*

¿Por qué debes agregar los videos a tu estrategia de contenido? En el 2021, los videos ayudan a negocios a aumentar sus ventas en un 34%, aumentar tráfico en un 51%, aumentan reconocimiento de marca en un 70%, y aumenta las conversiones en un 31%. Además el 85% de las personas reportan conectar mejor con las marcas a través de videos.

Cuando eres emprendedora, y corres todas las bases de tu negocio, crear video puede ser abrumador y además consumir demasiado de tu valioso tiempo. Por otro lado, como mencioné en el módulo 2, Instagram estará priorizando los videos, por lo que es necesario integrarlos en tu estrategia.

Una de las formas que he encontrado para integrar video fácilmente, es crear un video con el mismo "set" con el que crearías una foto. Te daré unos ejemplos de cómo puedes convertir las siguientes fotos en video:



## Ejemplo 1:

Con este set listo para foto, puedes convertirlo fácilmente en un video encendiendo la vela o apagándola de un soplo y tapándola. Y claro, no olvides añadirle música.



## Ejemplo 2:

Convierte esta foto en video rozando las manos entre sí o intercalando la altura de las manos mientras la cámara va acercándose de manera íntima.

# EDICIÓN CON "PRESETS"

*Edita tus fotos como los profesionales manteniendo una tonalidad a través de todas tus fotografías.*

Seguramente habrás tropezado con uno que otro anuncio en Instagram vendiendo *presets*. Estos son muy populares ya que se utilizan dentro de la aplicación gratuita *Lightroom*. Esta aplicación es la utilizada por fotógrafos profesionales para mantener una resolución y definición nítida de la imagen.

Los *presets* no son otra cosa que filtros para *Lightroom*. Estos *presets* son preparados por otros fotógrafos, diseñadores o aficionados de la fotografía tomando en cuenta ciertos tonos. Por ejemplo, hay *presets* enfocados en tonalidades rosas, azul con naranja, blanco y marrón, blanco y negro, entre otros.

El *preset* que selecciones para llevar los tonos de tu feed va a depender principalmente de los tonos que quieras resaltar. Ejemplo, un *preset* que resalta los tonos azules y naranja, no te servirá para nada si en tu foto predominan los tonos blancos y marrón. Antes de descargar o comprar un *preset* debes haber completado los ejercicios de paleta de color en el primer módulo.

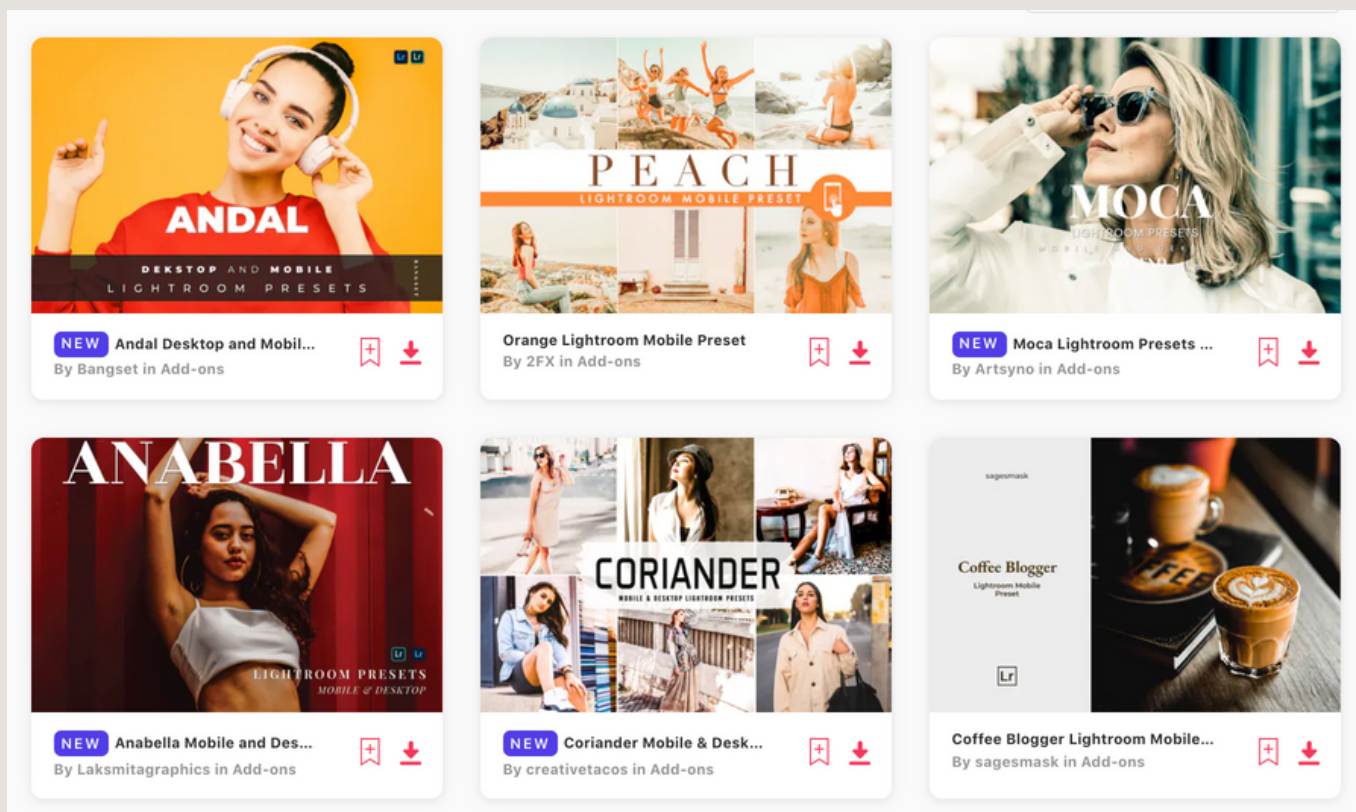
Estos *presets* se descargan en un formato llamado **DNG**, este formato preserva la información de edición de una foto para cuando la abras en *Lightroom*, puedas copiar y pegar estos "*edits*" en cualquier foto que escojas.

## Dónde encontrar presets profesionales:

Personalmente recomiendo la suscripción de [Envato Elements](#). Envato es un mercado donde puedes descargar una infinidad de elementos gráficos, fotos y videos stock entre otros, pero lo más importante, encontrarás una infinidad de *presets* para descargar por un bajo costo. Mucho menos de lo que te costaría comprar cada uno de estos *presets* por separado.

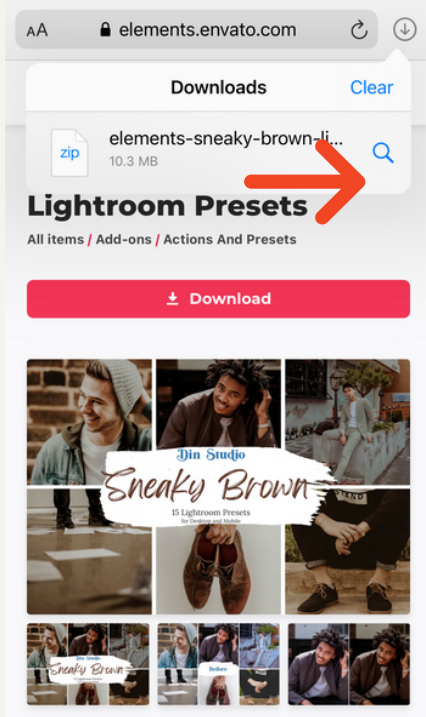
Otro lugar donde puedes comprar *presets* profesionales es en Etsy. La desventaja de descargarlos en Etsy es que tendrás que pagar por cada uno por separado y usualmente cuando comienzas a editar las fotos, no necesariamente te sientes conforme con el primer *preset* que descargas. Es un ejercicio de intentar varios y encontrar el mejor que se adapte a tu fotografía.

Al escribir "Lightroom MOBILE presets" en [Envato Elements](#) te encontrarás con más de 6,000 opciones a escoger.

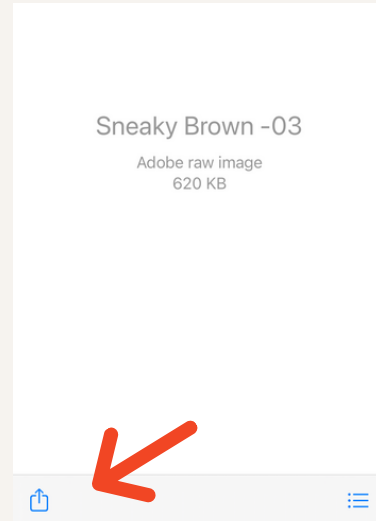


# CÓMO DESCARGAR Y EDITAR FOTOS CON PRESETS \*DEBES HABER DESCARGADO LA APP LIGHTROOM\*

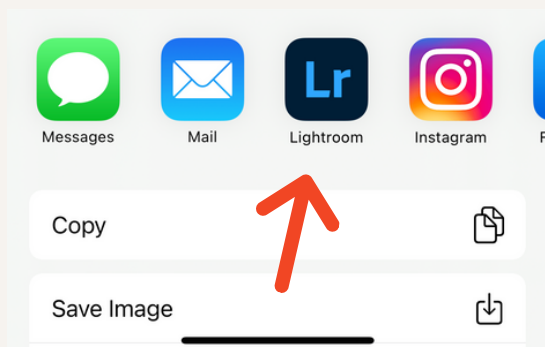
1) Ve a Envato Elements y descarga tu Lightroom Mobile Preset favorito y haz click en la lupa



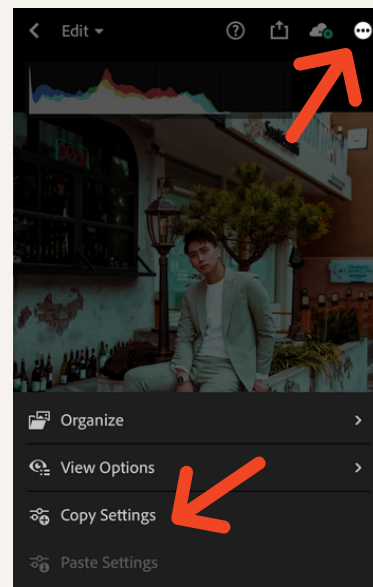
2) Busca la foto en tus descargas (debe estar dentro del app FILES). Presiona la opción compartir.



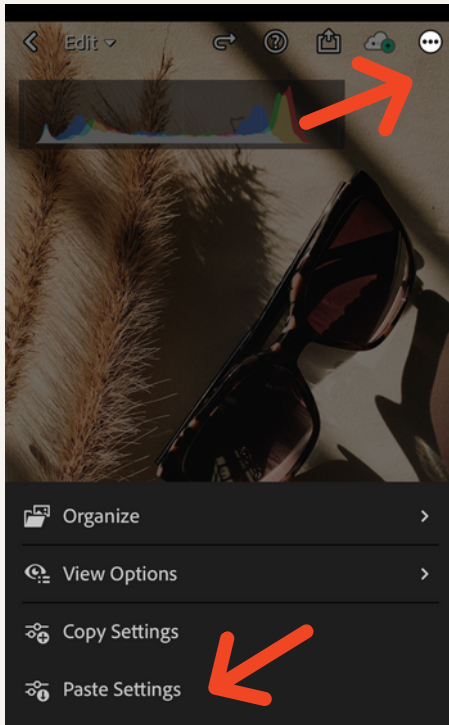
3) Haz click en el ícono de Lightroom y selecciona "launch lightroom now"



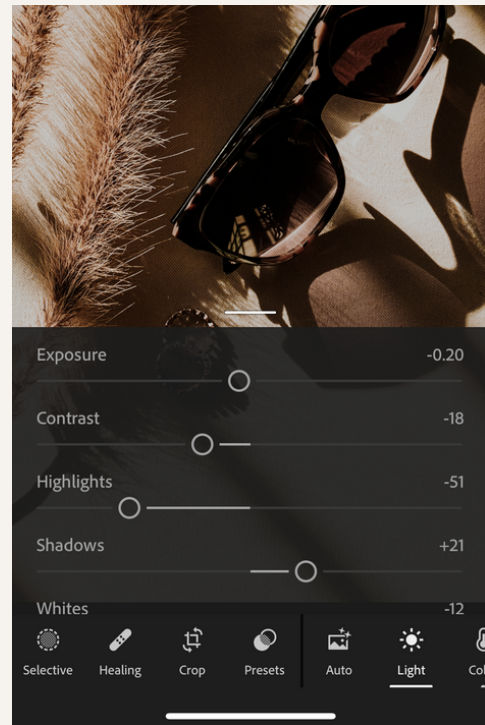
4) Encuentra la foto en la galería de lightroom y haz click en los 3 puntitos y selecciona "copy settings".



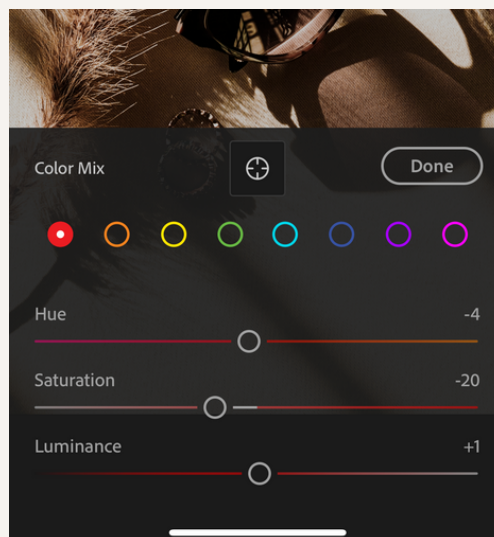
5) Abre la foto que deseas editar, haz click en los 3 puntitos y selecciona "Paste settings"



6) Es hora de modificar las configuraciones. No todo preset caerá perfecto en todas las imágenes.



Es posible que dependiendo de la imagen tengas que modificar la exposición/exposure si necesitas dar más o menos brillo a la foto, los "highlights" si los blancos están demasiado brillantes, y los "shadows" si las áreas opacas están demasiado oscuras. La segunda opción que puedes modificar levemente es la de los colores. Si por ejemplo, los amarillos están demasiado brillante, puedes hacer click en el amarillo y modificar la iluminación/luminance del amarillo. No debes modificar mucho los tonos ya que puedes hacer que la edición de las fotos varíe demasiado entre sí.



# EDICIÓN DE VIDEO

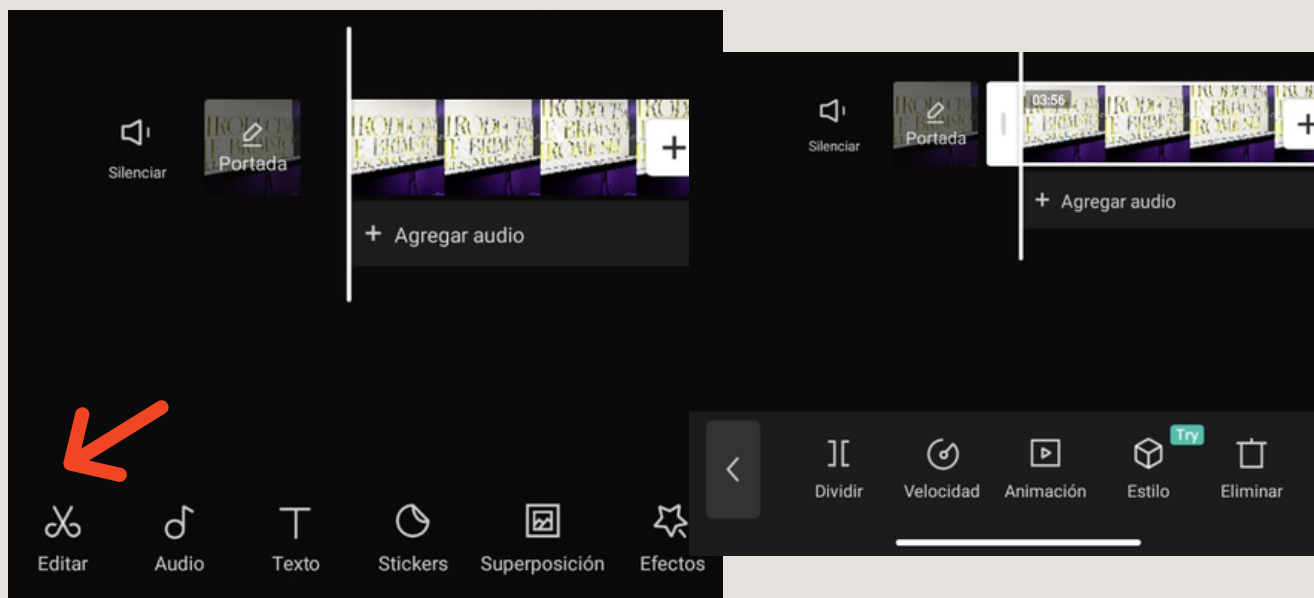
## HERRAMIENTAS, IDEAS Y TRUCOS PARA CREAR VIDEO DESDE TU MÓVIL FÁCILMENTE

Editar video puede ser tan fácil como tan complicado, todo dependerá de las herramientas y tu conocimiento en el dominio. Te ofreceré mis mejores trucos y conocimiento de edición de video para que puedas editar un video en menos de 15 minutos.

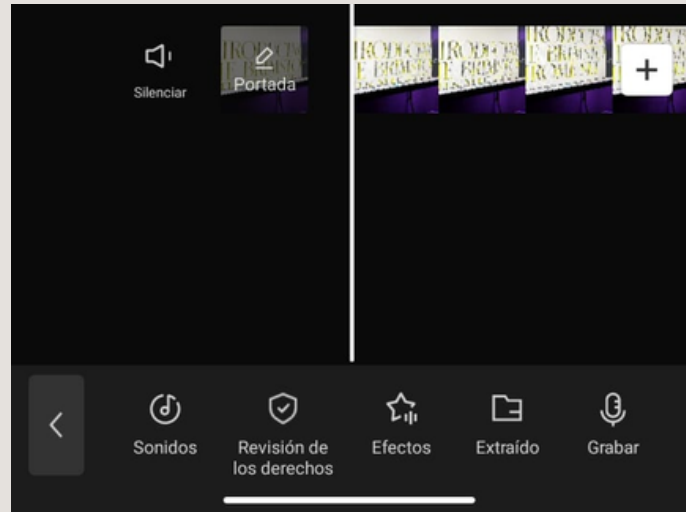
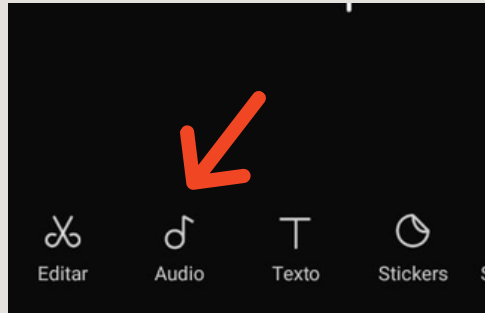
La mejor aplicación para editar video desde tu móvil es InShot. Te compartiré un breve tutorial con todo lo que puedes hacer en esta aplicación.

## TUTORIAL DE CAPCUT

Luego de hacer click en **Nuevo Proyecto**, elegimos los videos que vamos a editar. Con la herramienta "editar" vamos a poder realizar acciones directas al video que agregamos al proyecto (dividir el video, aumentar o disminuir la velocidad, animar, eliminar el video, etc)

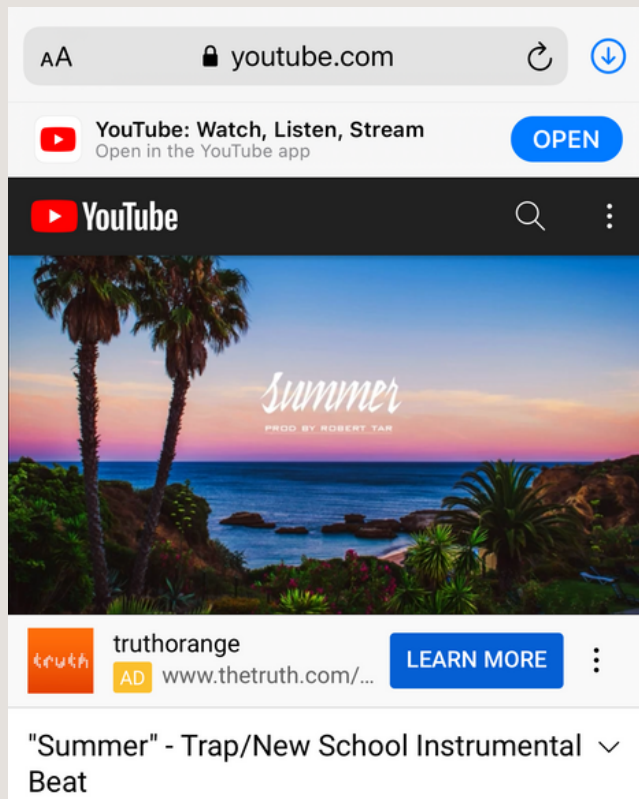


Añade música de tu galería o extraída de un video, o haz un voiceover con la herramienta "audio"

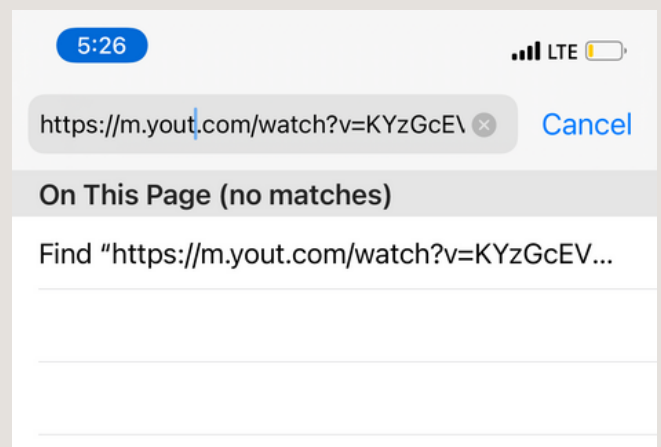


## COMO CONSEGUIR Y DESCARGAR MÚSICA PARA TUS VIDEOS:

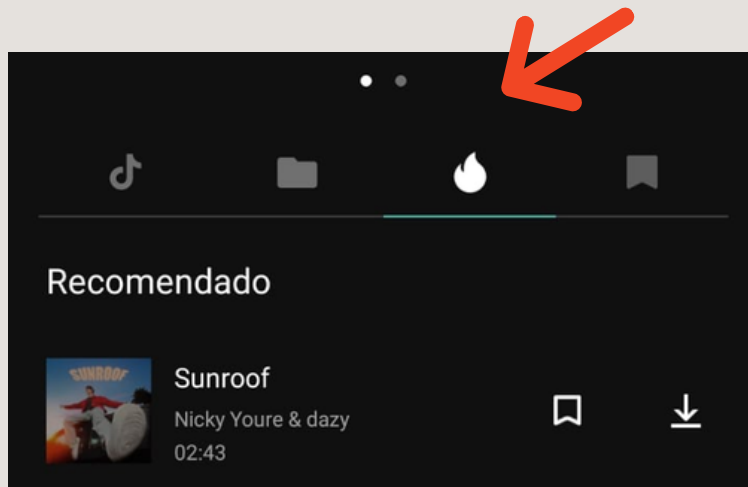
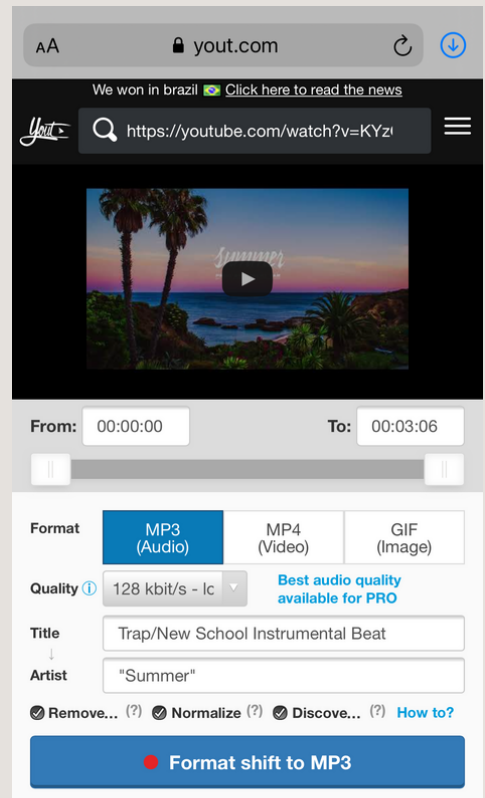
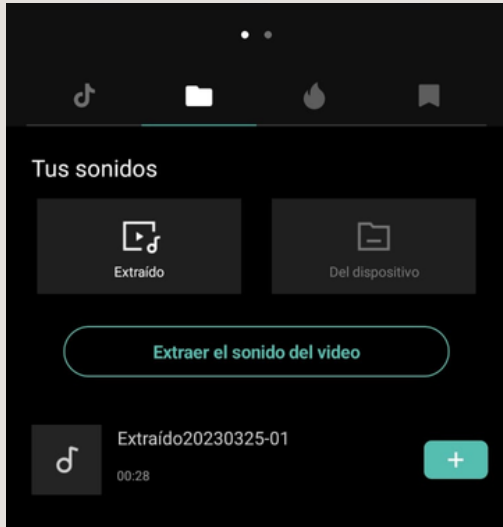
1) Entra a tu navegador y busca en youtube la canción que quieras utilizar



2) En la barra de búsqueda borra el "ube" para que diga "yout.com/watch..." en vez de "youtube.com/watch..."



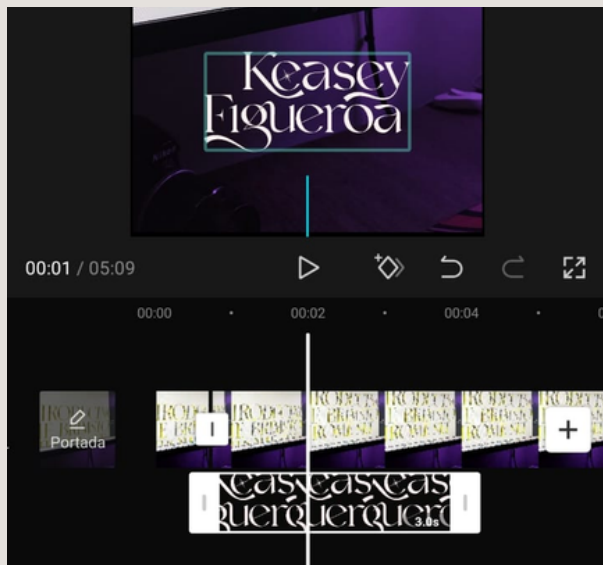
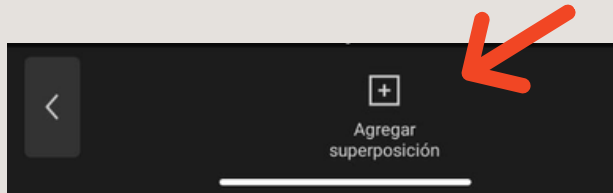
3) Haz click en "format MP3" y descarga la canción. Ahora podrás agregarla a Capcut desde Sonidos y haciendo click en el ícono de la carpetita.



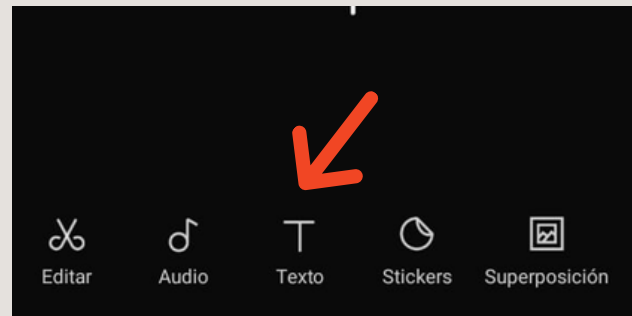
Otra opción para encontrar música para tus videos es haciendo click en "sonidos" y yendo al ícono del fueguito para encontrar sonidos que están trending en Tiktok.

## CAPCUT

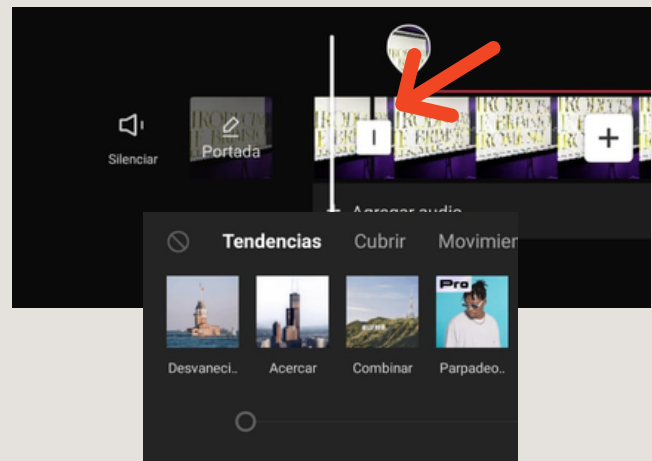
Añade fotos/logos en formato transparente (png) encima de tu video con la opción de "sticker"



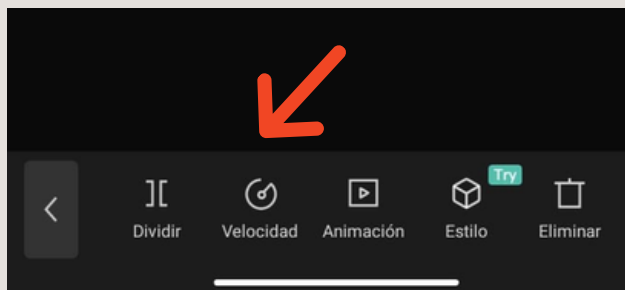
Añade texto encima del video:



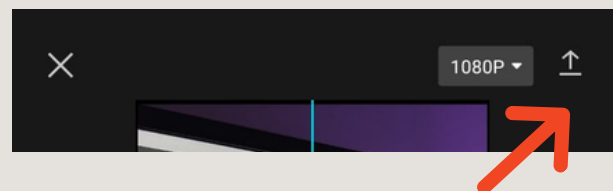
Divide 1 clip en 2 y borra *bloopers* o partes del video innecesarias. Haciendo click en este botón, puedes agregar transiciones entre esos dos clips.



Aumenta o disminuye la velocidad de un clip:



Exporta tus videos en 1080p, 60fps para la mejor calidad



# CONTENIDO CURADO

*Apalancate de contenido ya generado para disminuir la cantidad de contenido que debes crear*

El contenido curado es una de las maneras más fáciles de crear contenido en masa, ya que te apalancas de contenido pre-hecho para *repostear* o crear tu propia versión del mismo.

Tipos de contenido curado:

- **Contenido generado por usuario** - este es aquel que es creado por tus clientes utilizando tus productos. Añade a tu estrategia incentivos para que tu clientela cree contenido por ti, que puedas reutilizar en tu página.

- **Contenido de stock** - estos son fotos o videos profesionales generadas por fotógrafos que puedes reutilizar en tu contenido. Hay plataformas pagas, pero existen algunas excelentes totalmente gratis. Estas son: [Pexels](#) y [Unsplash](#). Puedes utilizar estas fotos de stock para generar gráficos o para publicar a modo de inspiración. También puedes encontrar videos de stock en [Pexels Video](#) . Este contenido tiene permiso comercial por lo que puedes utilizarlas para fines promocionales. Importante, **NO** utilices fotos que encuentres en Google para *repostear*, esta práctica es ilegal y pudiese tener repercusiones en tu negocio.

- **Contenido de otros usuarios** - si encuentras contenido inspiracional en otra cuenta que te gustaría compartir, puedes solicitar el permiso del creador para *repostear* otorgándole el crédito debido.

\*Recuerda que si deseas mantener la estética de tu Instagram, debes editar estas fotos con el *preset* que hayas seleccionado e idealmente estas fotos deben estar cercanas a tu paleta de colores, si no, no las debes utilizar.

# PREVISUALIZA TU CONTENIDO

*Utiliza estas herramientas para saber cómo lucirá tu feed antes de publicar*

Ahora que ya creaste tus piezas de contenido a partir del *moodboard* que habías creado anteriormente, es hora de ver cómo lucirá tu *feed* antes de publicarlo. También tendrás la oportunidad de reorganizar las publicaciones si no te sientes satisfecha con el resultado.

Herramientas que utilizo para previsualizar mi *feed*:

Te quiero compartir esta plantilla que creé exclusivamente para ti, donde podrás utilizar Canva para previsualizar tu *feed* totalmente GRATIS.

Haz click en [este enlace](#) para acceder a la plantilla.

También utilizo el app llamado Preview para previsualizar y reacomodar mis publicaciones antes de enviarlas a Instagram.



# TU RUTA AL ÉXITO

Me place informarte que cuentas con todas las herramientas para una estrategia de contenido fenomenal que cumpla con las metas de tu negocio. Este es el resumen de nuestra "Formula de Elevación" y lo que aprendiste en este curso:

01

## IDENTIDAD VISUAL

Creación de logo, paleta de colores y tipografías que identifiquen a tu negocio y esté alineado con tu visión y estilo de negocio.

02

## ESTILO DE FEED

Escoge el estilo de feed y patrón que mejor se adapte a tus necesidades y hábitos de creación de contenido.

03

## PLANIFICACIÓN DE CONTENIDO

Planifica tu contenido comenzando con los objetivos sociales de tu negocio hasta la creación de un *moodboard* para crear la mayor parte de tu contenido en el menor tiempo posible.

04

## CREACIÓN DE CONTENIDO

Crea contenido partiendo de tu moodboard, crea videos semi-estáticos y apaláncate de contenido curado para minimizar tiempo de producción

05

## VISUALIZA TU CONTENIDO

Luego de crear el contenido, asegúrate de previsualizar cómo se verá en tu feed y luego procede a programar el contenido utilizando las herramientas integradas de Facebook.

# RECURSOS

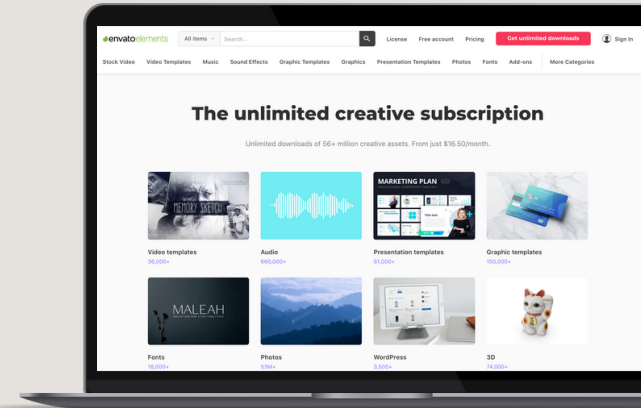
Librería de recursos mencionados en el curso para acceso rápido

## 01

### ENVATO ELEMENTS

Encuentra más de 6,000 *presets* de Lightroom profesionales, también encuentras miles de tipografías para tu identidad visual.

[ACCEDER](#)

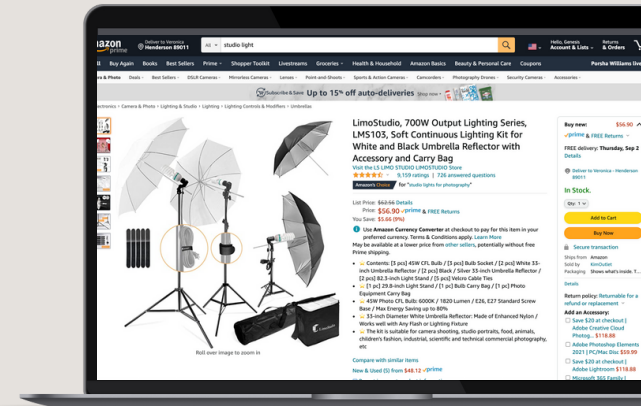


## 02

### KIT DE ILUMINACIÓN

Kit de iluminación para principiantes, funciona genial para crear contenido en el interior de tu hogar.

[COMPRAR](#)

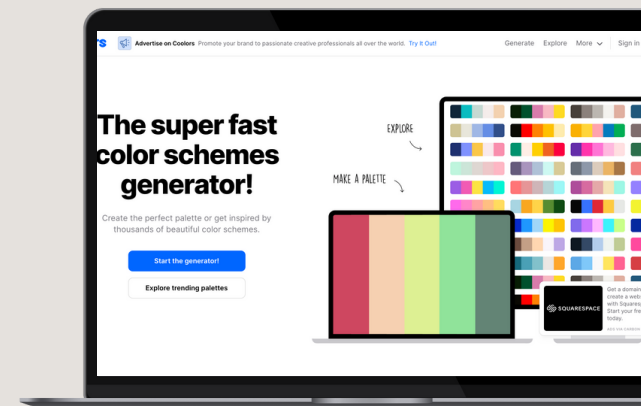


## 03

### CREAR PALETA DE COLORES

Crear tu paleta de colores a partir de una imagen o comenzando con un solo tono.

[CREAR PALETA](#)



# RECURSOS

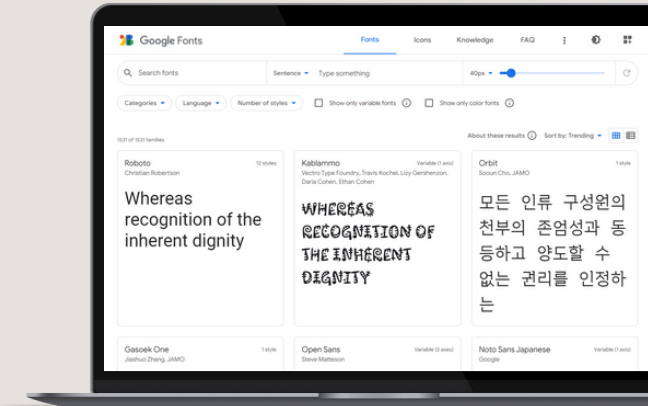
Librería de recursos mencionados en el curso para acceso rápido

## 04

### DESCARGAR TIPOGRAFÍAS

Encuentra tipografías gratis para tu identidad visual

[DESCARGAR](#)

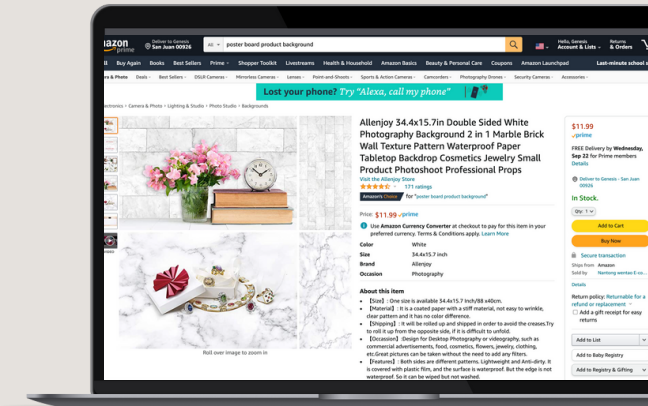


## 05

### BACKDROPS

Fondos para crear contenido en el interior de tu hogar con distintas texturas

[COMPRAR](#)

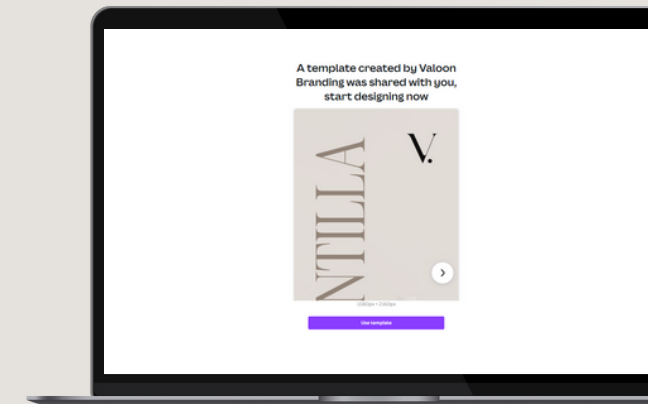


## 06

### PREVISUALIZA TU CONTENIDO

Plantilla para previsualizar tu contenido utilizando Canva.

[PLANTILLA](#)





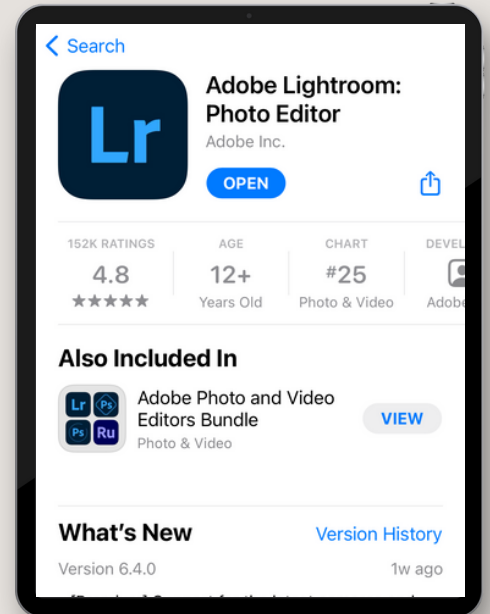
# APLICACIONES MÓVILES

Descarga estas aplicaciones esenciales para crear una estética de *feed* envidiable.

01

## LIGHTROOM MOBILE

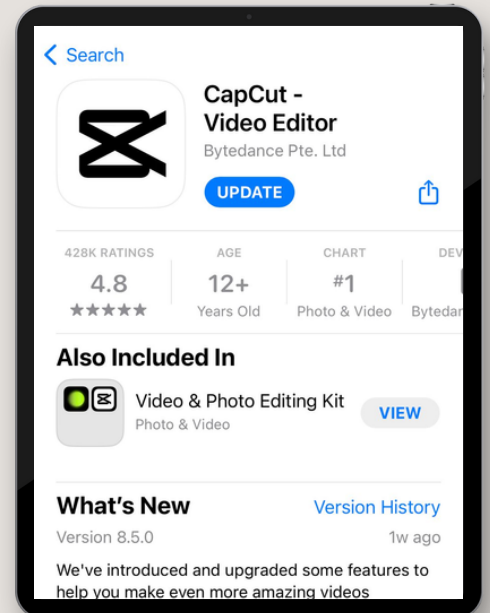
Aplicación de edición de fotos con alta calidad.  
Edita tus imágenes utilizando *presets*.



02

## CAPCUT

Edita tus videos, corta, añade música, transiciones,  
texto e imágenes desde tu móvil



# REGISTRATE EN LA CLASE:

DISEÑA UN LOGO MAGNÉTICO

FOLLOW US  
ON INSTAGRAM:

 [VALOONBRANDING](https://www.instagram.com/valoonbranding)

