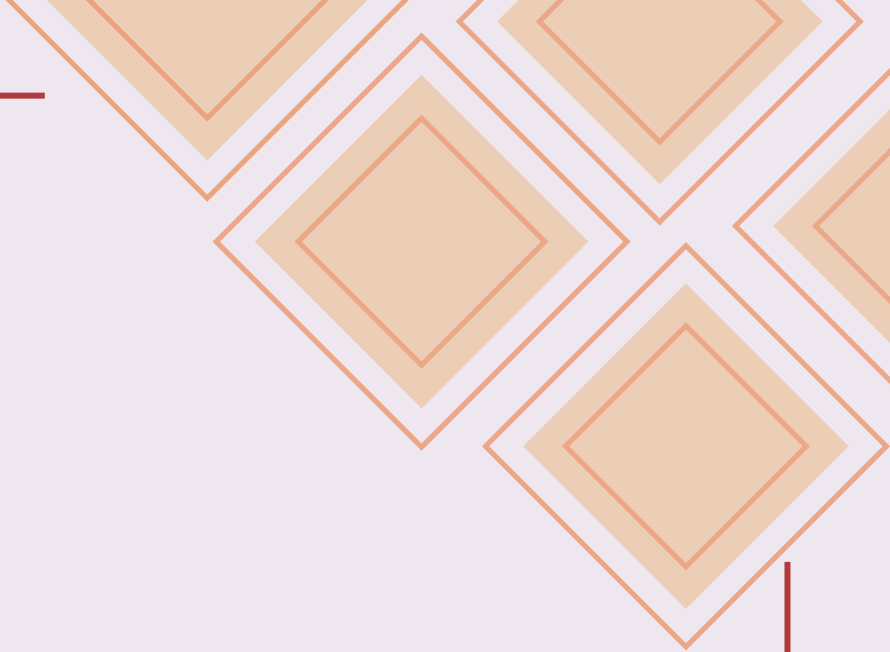


Guía básica para creadores de contenido en redes sociales del comercio local



Índice

01.	Por qué y para qué de esta guía	3
02.	Lenguaje inclusivo y no sexista en redes sociales	4
03.	Introducción a las plataformas clave	5
	3.1. Instagram	5
	3.2. Tik Tok	13
	3.3. LinkedIn	15
04.	Ventajas y desventajas de Instagram y Tik Tok	16
05.	Estrategias de contenido	17
	5.1. Must-have de tus descripciones	17
	5.2. Estrategias para crear vídeos y aumentar visitas	24
	5.3. Fotografía de producto: tipos y consejos	26
	5.4. Consejos para tu kit esencial de grabación	30
	5.5. Planificación de contenido	37



06.	Herramientas útiles	38
	6.1. Aplicaciones de edición recomendadas	38
07	Gestión de la comunidad y relaciones digitales	45
	7.1. Tips para responder mensajes de cercanía	45
	7.2. Cómo actuar frente a los haters	48
08.	Redes sociales y su impacto local	50
	8.1. Cómo las redes sociales pueden ayudar al comercio local	50
09.	Casos de referencia	52
	9.1. Nuestros instagramers	52

POR QUÉ Y PARA QUÉ DE ESTA GUÍA

Esta guía nace como una herramienta práctica para apoyar a emprendedores, comerciantes y creadores locales en el uso estratégico de sus redes sociales. En un entorno digital cada vez más competitivo, es clave comunicar de forma efectiva para destacar, conectar con la comunidad y aumentar las ventas. El objetivo es brindar conocimientos básicos y accesibles que permitan crear contenido auténtico, atractivo y alineado con la identidad del negocio, aprovechando al máximo los recursos disponibles sin necesidad de grandes inversiones.

En la actualidad, las redes sociales se han convertido en un escaparate clave para conectar con cliente, mostrar productos o servicios y construir una comunidad en torno al comercio local. La mayoría de la gente busca información en redes sociales antes de acercarse a un establecimiento físico: desde recomendaciones hasta dónde comprar, tendencias o productos más comprados.

La idea es que esta guía permita al comercio local:

1. **Aumentar la visibilidad de sus productos y servicios.**
2. **Potenciar las oportunidades de venta.**
3. **Conectar y fidelizar a la comunidad.**
4. **Mostrar productos y servicios de forma atractiva.**
5. **Optimizar el uso de los recursos digitales disponibles.**

LENGUAJE INCLUSIVO Y NO SEXISTA EN LAS REDES SOCIALES

Usar un lenguaje inclusivo y no sexista en redes sociales es una forma de respetar y visibilizar la diversidad de personas que forman parte de nuestra comunidad. A través de las palabras, podemos promover la igualdad, evitar estereotipos y hacer que todas las personas se sientan reconocidas. En redes, esto implica cuidar cómo nos expresamos, usar formas neutras cuando sea posible y reflexionar sobre el impacto de nuestro mensaje. Comunicar con inclusión no es una moda, es una responsabilidad social.

Se recomienda emplear palabras neutras, duplicar los géneros cuando sea necesario o usar símbolos inclusivos como "x" o "@". En lugar de decir "los hombres y las mujeres" puede decirse "todas las personas" o usar "amig@s" o "clientxs".

Es fundamental evitar suposiciones sobre lo que las personas necesitan según su género. En lugar de promocionar productos como "este producto es ideal para mujeres" o "perfecto para hombres fuertes", puede optarse por frases más inclusivas como "este producto es ideal para todos".

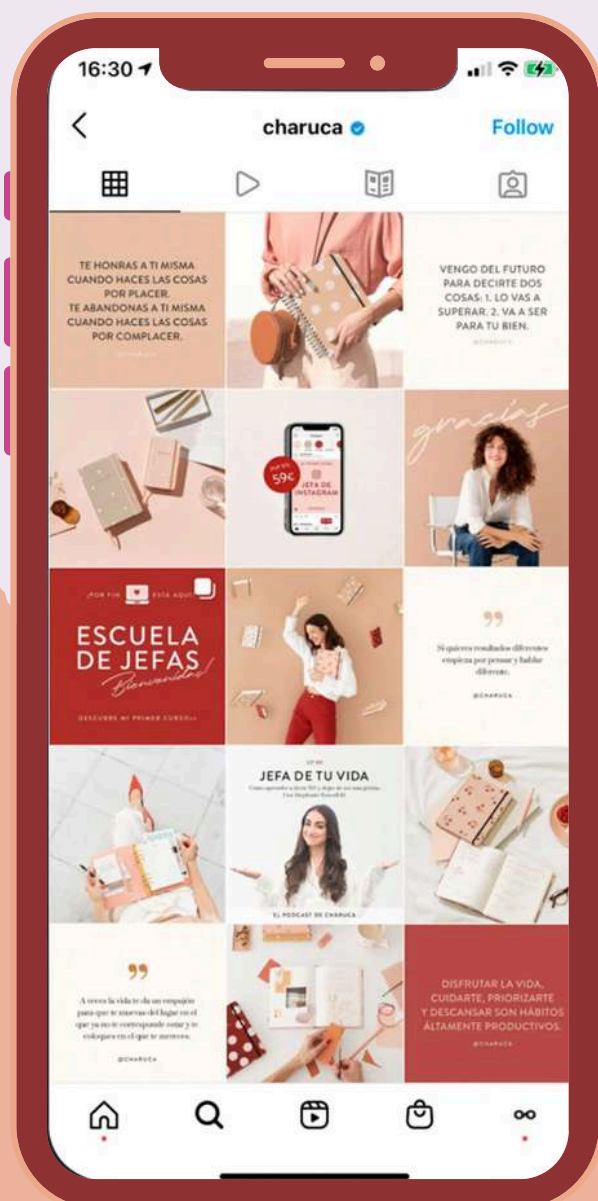
También es importante visibilizar a todas las identidades de género, no limitándose solo a los roles tradicionales de hombre o mujer. Si en tus imágenes se incluyen personas, deberíamos asegurarnos de mostrar diversidad de géneros, edades y razas. Además, debe evitarse el uso del masculino genérico, como en "los clientes" y optar por expresiones neutrales como "la clientela" o "personas clientes". Finalmente, es importante fomentar un trato respetuoso y cercano en las interacciones, evitando frases condescendientes o despectivas por género.



INTRODUCCIÓN A LAS PLATAFORMAS CLAVE

INSTAGRAM

Instagram es una red social y aplicación gratuita para compartir fotos y vídeos, que permite a los usuarios tomar imágenes, editarlas con filtros y publicarlas en su perfil o en sus historias, además de interactuar con otros usuarios mediante "me gusta", comentarios y mensajes directos.





¿PARA QUÉ SIRVE?

- **Mostrar tus productos o servicios**

Publica fotos y videos atractivos de lo que vendes: platos del día, novedades, ofertas, productos artesanales, etc.

Usa historias (Stories) para compartir el “detrás de cámaras”, mostrar cómo trabajas o generar cercanía.

- **Conectar con tus clientes**

Responde dudas y mensajes por DM (mensaje directo).

Recibe comentarios y reacciones en tus publicaciones: es una forma directa de saber qué gusta o qué mejorar.

- **Expresar tu identidad**

Personaliza tus publicaciones con filtros, música, textos o stickers.

Crea una imagen de marca auténtica y cercana que refleje tus valores o estilo (rural, moderno, familiar, ecológico, etc.).

- **Llegar a más gente (incluso fuera del pueblo)**

La pestaña Explorar y los hashtags permiten que personas de otras zonas descubran tu comercio.

Puedes atraer turistas, gente de pueblos vecinos o incluso vender por encargo o envío.

- **Impulsar ventas**

Crea una cuenta profesional para:

Ver qué publicaciones funcionan mejor

Promocionar ofertas con anuncios (con poco presupuesto)

Usar funciones como la tienda de Instagram o enlaces directos a

WhatsApp

- **Fortalecer tu reputación local**

Ser activo en redes genera confianza.

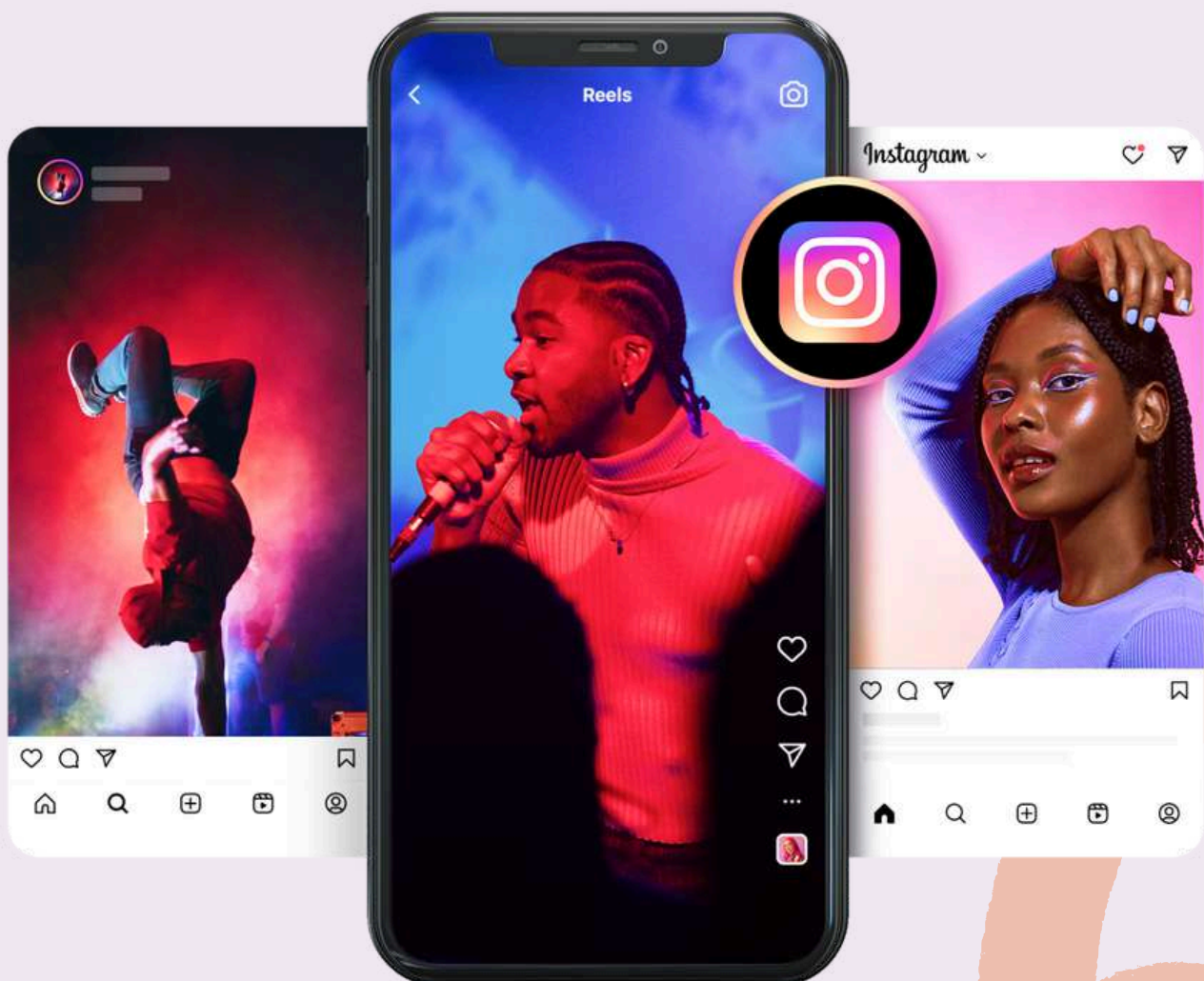
Puedes colaborar con otros negocios del pueblo, mostrar eventos locales o promocionar productos de temporada.

¿QUE ES UN REEL?

Un reel de Instagram es un tipo de contenido en formato vídeo corto y vertical (de hasta 90 segundos) que puedes grabar, editar y compartir en tu perfil o en la sección de reels de Instagram.

Se utiliza para mostrar productos o servicios de forma creativa, atraer a más público, contar historias cortas para mostrar procesos de producción; seguir tendencias, o simplemente para entretener a tus clientes y potenciales clientes con contenido de su interés. Los reels suelen incluir música, efectos especiales y pueden ser grabados a diferentes velocidades.

Es una herramienta muy útil para el comercio local porque le permite llegar a más personas de forma rápida y visual, así como promocionarse, transmitir su estilo y general engagement con la comunidad.



¿COMO GRABAR TU REEL?

1. Abre la App de Instagram

Entra en la app y ve a la pantalla principal

Toca el botón de “+” (crear) y selecciona reel.

También puedes deslizar hacia la derecha desde el inicio y seleccionar la opción reels en la parte inferior.

2. Configura antes de grabar (opcional):

Toca el ícono de “+” (crear) en la parte inferior o superior, y selecciona "reel".

En el lado izquierdo de la pantalla verás opciones como:

- Música: para elegir una canción de fondo.
- Duración: elige si será de 15, 30, 60 o 90 segundos.
- Velocidad: puedes grabar en cámara lenta o rápida.
- Filtros: elige uno si quieres un estilo o efecto visual.
- Temporizador: para que puedas grabar sin tocar el botón.

3. Graba

Mantén presionado el botón de grabación o pulsa para comenzar y detener.

Puedes soltarlo y volver a presionarlo para grabar en partes.

Puedes grabar varios clips seguidos dentro del mismo reel.

También puedes subir vídeos ya grabados desde tu galería.

4. Edita

Una vez grabado, puedes:

- Añadir texto, stickers, o efectos.
- Cortar clips.
- Sincronizar con la música.

5. Publica

Presiona “siguiente”, escribe un texto (si quieres), elige si lo compartes en el feed y, en ese caso, pulsa “compartir” y ¡listo!.

CÓMO SUBIR UN VIDEO DE LA GALERÍA A REELS EN INSTAGRAM

1. Abre Instagram

Pulsa el ícono de la app en el teléfono.

2. Ve a la sección de creación de reels

- Pulsa el botón "+" (crear) en la parte inferior o superior derecha.
- Elige "Reel" en las opciones que aparecen.

3. Selecciona el vídeo desde la galería

- En la parte inferior izquierda, presiona el ícono de la galería.
- Selecciona el vídeo que deseas subir.

4. Edita el vídeo (opcional)

Puedes:

- En la parte inferior izquierda, pulsa el icono de la galería.
- Navega hasta el vídeo que deseas subir y selecciónalo.

5. Pulsa "Siguiente"

Cuando termines la edición, pulsa "Siguiente" o el botón de flecha.

6. Escribe la descripción (opcional)

- Puedes añadir un texto, hashtags y etiquetar personas.
- También puedes elegir si quieres compartirlo en el feed.

7. Publica el reel

Pulsa "Compartir" o "Publicar" para subir el reel.



IDEAS PARA COMPARTIR EN INSTAGRAM

1. MUESTRA TU DÍA A DÍA

- **Qué compartir:** fotos o vídeos de tu lugar de trabajo, de tu equipo o de la actividad laboral diaria.
- **Por qué funciona:** a la gente le gusta que se muestre la forma de trabajar y los profesionales que lideran el proyecto. Esto crea confianza y hace que el potencial cliente vea al pequeño comercio como algo cercano y real.



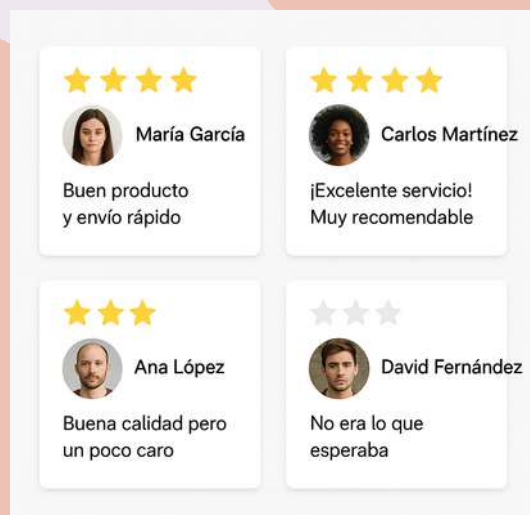
2. HABLA DE TUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

- **Qué compartir:** características, beneficios, cómo se usan o cómo funcionan.
- **Por qué funciona:** permiten mostrar los productos y/o servicios que se ofrecen y cómo puede ayudar a sus clientes. Es una forma útil y clara de explicar lo que se vende.



3. COMPARTE OPINIONES DE LOS CLIENTES

- **Qué compartir:** reseñas, fotos o vídeos de personas usando tus productos, o casos reales.
- **Por qué funciona:** Las opiniones reales ayudan a que nuevos clientes confíen en ti. Ver a otros contentos con lo que vendes da seguridad.



4. LANZA OFERTAS ESPECIALES

- **Qué compartir:** descuentos, promociones limitadas o regalos solo para sus seguidores.
- **Por qué funciona:** las ofertas exclusivas animan a la gente a seguir y a comprar al comercio local.



5. COLABORA CON OTROS NEGOCIOS O EVENTOS

- **Qué compartir:** acciones conjuntas con otras empresas, patrocinios o eventos en la zona.
- **Por qué funciona:** demuestra la importancia de la comunidad. Además, permite al comercio local llegar a más gente y ganar visibilidad.



6. DA CONSEJOS ÚTILES

- **Qué compartir:** trucos, guías, tutoriales o ideas prácticas relacionadas con tu sector.
- **Por qué funciona:** enseñar algo útil hace que la gente vea al comercio local como un referente. Aporta valor y ayuda a sus seguidores.



Consejos para el producto

Aquí tienes algunos consejos útiles sobre cómo usar y sacar el máximo provecho a nuestros productos.

7. HAZ PREGUNTAS O ENCUESTAS

- **Qué compartir:** preguntas, encuestas o encuestas rápidas en stories.
- **Por qué funciona:** la gente se siente parte de tu marca. Además, el comercio aprende más sobre sus gustos y necesidades.

8. APROVECHA LAS FECHAS SEÑALADAS

- **Qué compartir:** contenido relacionado con fiestas, estaciones del año o tendencias actuales.
- **Por qué funciona:** hablar de lo que está pasando ahora hace que el contenido sea más actual, cercano y relevante.

9. PRESENTA A TU EQUIPO

- **Qué compartir:** fotos y curiosidades de las personas que trabajan contigo.
- **Por qué funciona:** muestra el lado humano de la marca. La gente conecta mejor con otras personas que con logos o productos.



10. COMPARTE CONTENIDO CON TUS CLIENTES

- **Qué compartir:** Publicaciones o historias de clientes usando tus productos (con su permiso).
- **Por qué funciona:** Ver a otros disfrutar de lo que ofreces anima a más gente a comprar. Genera confianza y cercanía.



11. ORGANIZA UN SORTEO

- **Qué compartir:** Un sorteo donde regales uno de tus productos, un servicio gratuito o un pack especial. Pide a los participantes que te sigan, den like y mencionen a amigos.
- **Por qué funciona:** Es una forma divertida de ganar visibilidad, llegar a nuevos seguidores y premiar a tu comunidad. Además, ayuda a que más gente conozca lo que ofreces gracias al boca a boca.



12. DA IDEAS DE USO O DISEÑO

- **Qué compartir:** Fotos o vídeos mostrando cómo usar tus productos. Si vendes ropa, zapatos o accesorios, enseña combinaciones, looks completos o consejos de estilo.
- **Por qué funciona:** Ayudas a tus seguidores a imaginar cómo usar lo que vendes en su día a día. Les das inspiración y haces que vean más valor en tus productos..

SI USAR JUNTOS		NO USAR JUNTOS	
	+		+
Retinol		Retinol	
			
Niacinamida		Vitamina C	
	✓		✗
	+		+
Niacinamida		Vitamina C	
			
Hialurónico		Niacinamida	
	✓		✗
	+		+
Peeling S.		Peeling S.	
			
Hialurónico		Retinol	
	✓		✗



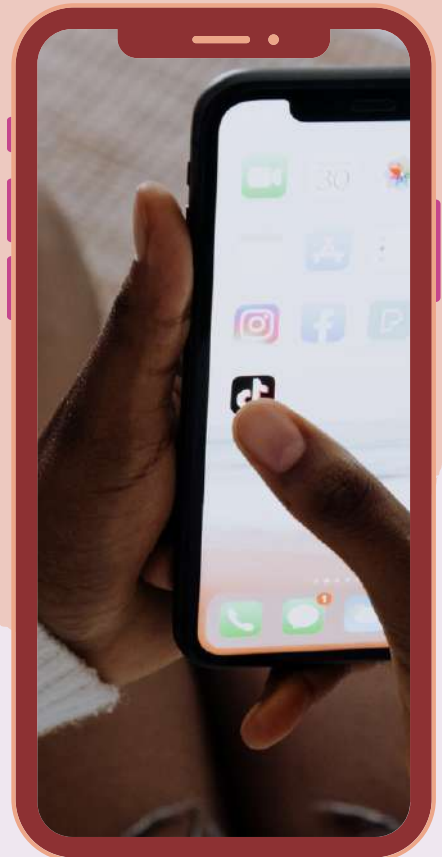
¿QUE ES TIK TOK?

Es una plataforma de redes sociales centrada en compartir vídeos cortos, generalmente de entre 15 segundos y 3 minutos, aunque ahora se permiten vídeos más largos.

¿Cómo funciona? Cualquier usuario puede grabar y editar vídeos directamente en la app; puede agregar música, efectos, textos, filtros, transacciones y también usar sonidos de otros usuarios; hacer duetos o responder vídeos, por citar varios ejemplos.

Al abrir TikTok entras a la pestaña para ti donde el algoritmo te muestra vídeos que podrían interesarte.

También existe una pestaña Siguiendo para ver sólo el contenido de las cuentas a las que se sigue.



¿CÓMO CREAR UNA CUENTA EN TIK TOK?

1- Descarga la app:

- Ve a tu tienda de aplicaciones
- Android: google play store
- Iphone: IOS app store

Busca en tiktok y descárgalo

2- Abre la aplicación:

- Una vez instalada, pulsa el icono de tiktok para abrirla.

3- Ve a perfil:

- En la esquina inferior derecha, presiona el icono que dice *perfil* y aparece una silueta de una persona.

4- Elige cómo registrarte:

- Tik tok ofrece varias opciones:
- Número de teléfono
- Correo electrónico



¿CÓMO APROVECHAR AL MÁXIMO EL ALGORITMO?

- **Interacción constante:** responde a los comentarios y participa en desafíos o duelos para aumentar la visibilidad del contenido.
- **Análisis de métricas:** utiliza las herramientas de análisis de tiktok para entender qué tipo de contenido funciona mejor con la audiencia y ajusta la estrategia en consecuencia.
- **Autenticidad:** muestra tu personalidad y se genuino en tus libros. Los usuarios valoran la autenticidad y esto puede aumentar el engagement.



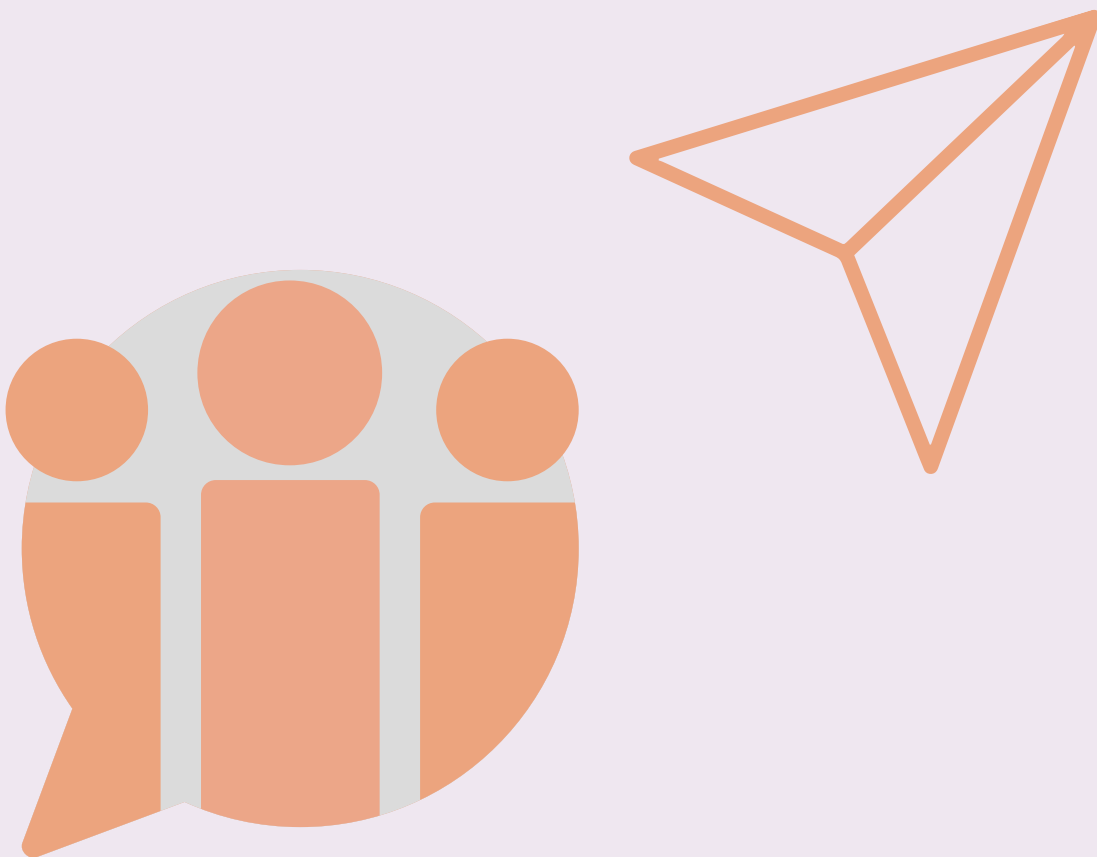
LINKEDIN

Es una aplicación con un perfil más profesional. En el camino del desarrollo profesional, a veces olvidamos lo esencial: el autocuidado.

“Recientemente decidí tomar una pausa breve para reflexionar sobre mi rumbo , recargar energía y volver con una visión más clara.

Este tiempo me recordó que el bienestar no es un flujo, sino una necesidad estratégica.

Gracias al apoyo constante a mi red, seguimos adelante con mejores resultados que nunca”.



VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE INSTAGRAM Y TIK TOK

VENTAJAS

- Alcance orgánico muy alto, incluso para cuentas nuevas.
- Fácil viralidad
- Contenido local si usas ubicaciones, hashtags y tendencias;
- Humaniza la marca
- Muestra el equipo, el proceso...
- Ideal para captar nuevas audiencias jóvenes.
- Formato dinámico y abierto

DESVENTAJAS

- Menos control visual del feed y branding.
- Contenido de vida corta: se requiere constancia para mantener visibilidad.
- Menos herramientas de venta directa integradas que instagram.
- Algunas audiencias locales pueden no estar aún activas en tiktok.

¿QUÉ PLATAFORMA ELEGIR?

INSTAGRAM es ideal si vendes productos visuales, si quieres mantener una relación con clientes existentes y usarla como herramienta de venta.

TIKTOK es ideal si quieres darte a conocer rápido, especialmente, si tienes un enfoque creativo, divertido o un buen storytelling. Lo más conveniente es usarlas de forma simultánea de manera que puedas crear contenido viral en tiktok y redirigirlo a instagram para acercar las ventas o mantener la conexión con la comunidad.

ESTRATEGIAS DE CONTENIDO

5.1 MUST HAVE DE TUS DESCRIPCIONES

1. Empieza con un gancho fuerte

- Usa una pregunta, dato curioso o frase impactante para captar la atención en las primeras líneas.
- Ejemplo: ¿Sabías que el 80% del éxito en redes sociales depende de los primeros 3 segundos?

2. Se breve y directo

- La mayoría de la gente escanea contenido. Usa frases cortas y párrafos espaciados.

3. Usa emojis con intención

- Ayudan a transmitir tono y emoción, pero no los sobrecargues.

4. Cuenta una historia

- Las historias conectan emocionalmente. Usa ejemplos personales, anécdotas o mini relatos.

5. Incluye un llamado a la acción y termina con algo como:

- ¿Te ha pasado algo parecido? ¡Cuéntamelo en los comentarios! o Guarda este post para más tarde

CONSEJOS AVANZADOS PARA ESCRIBIR TEXTOS ATRACTIVOS

1. Adapta el tono a cada red social

- Instagram: visual, emocional, más personal.
- Twitter/X: directo, ingenioso, actual.
- LinkedIn: Profesional, reflexivo, con autoridad.
- TikTok: Divertido, auténtico, con lenguaje coloquial.

2. Usa preguntas para generar interacción

Ejemplo: ¿Cuál es tu peor hábito en lunes? o ¿Qué consejo te hubiera gustado escuchar a los 20?

Incluye beneficios claros: en lugar de decir “aprende a usar Canva” crea diseños profesionales en minutos”.

3. Rompe la monotonía visual

- Usa listas, guiones, negritas (si la plataforma lo permite).
- Divide el texto en párrafos de 1-2 líneas.

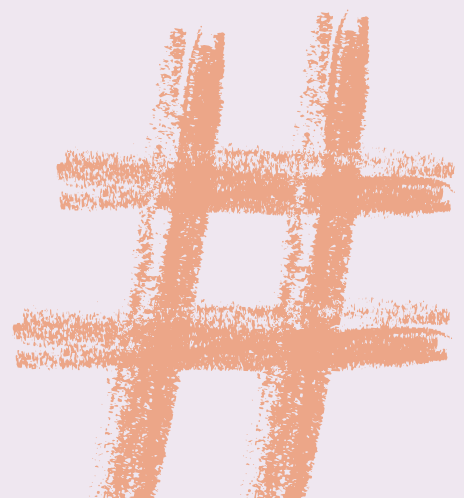
4. Apela a emociones

- Inspiración, humor, nostalgia o sorpresa generan más reacciones.

¿COMO ENCONTRAR BUENOS HASTAGS?

Herramientas gratuitas:

- Ritetag: sugiere hashtags en tiempo real.
- Hashtagily.me: analiza la popularidad y tendencias de hashtag.
- Inflact o Display purposes: sugieren hashtags similares y categorizados.
- Investiga a tu competencia o referentes.
- Mira qué hashtags usan cuentas similares a la tuya y cuáles generan más interacción
- Evita hashtags baneados o spam.
- Algunos hashtags muy usados pueden estar personalizados por instagram y afectar tu visibilidad (por ejemplo: #like4like, #followme)



COMO USAR HASHTAGS DE FORMA EFECTIVA

1.Revelencia

- Usa hashtags relacionados con tu contenido, tu sector y tu audiencia.

2.Mezcla tamaños

- Hashtags populares (#amor, #moda) gran alcance, pero mucha competencia.
- Hashtags medianos (MarketingDigital2025) buen balance.
- Hashtags específicos: (#TendenciasRedes2025) menos competencia, más engagement real.

3.Cantidad recomendada

- 5-10 bien elegidos.
- Tik tok 3-5 hashtags.
- Twitter/x 1-2 hashtags (demasiados pueden parecer spam).

4.Crea un hashtag de marca

- Si tienes un proyecto, crea tu propio hashtag para fomentar contenido generado por usuarios.

EJEMPLOS SOBRE TEXTOS PERSONALES (PARA DIFERENTES PLATAFORMAS)

Instagram (todo más visual y emocional)

A veces dar un paso atrás es la mejor forma de seguir adelante.

Este tiempo me ha servido para reconectar conmigo, redefinir metas y recargar energías. No siempre es fácil, pero vale la pena.

Gracias a quienes siguen aquí acompañando el proceso
#Crecimientopersonal #TiempoParaMi#Reflexiones

Facebook (más cercano y narrativo)

Últimamente he estado más en silencio y necesitaba ese espacio.

Me di cuenta de que parar no es retroceder si no una forma de cuidar lo más valioso: la salud mental, el bienestar y la claridad sobre lo que quiero.

Agradezco a quienes, con mensajes o gestos pequeños, han estado presentes.
Cada palabra cuenta.

Seguimos aprendiendo, siempre.

¿CÓMO HACER UN TEXTO PERSONAL?

1. Define el propósito

¿Piensa en porque quieres escribir el texto:

¿Quieres contar una experiencia, expresar una emoción, reflexionar sobre algo?

2. Elige un tema

Puede ser una vivencia significativa, una emoción fuerte (tristeza, alegría, miedo), una persona importante en tu vida, un lugar especial, etc.

3. Organiza tus ideas:

- Introducción: Presenta tema o contexto.
- Desarrollo: Cuenta los detalles importantes, lo que sentiste, pensaste o aprendiste.
- Conclusión: Cierra con una reflexión o mensaje final.

4. Se autentico y sincero:

Usa tu voz personal. No te preocupes demasiado por sonar “perfecto”, lo más importante es que el texto refleje quien eres.

5. Revisa tu texto:

Lee tu escrito para corregir errores de ortografía y gramática, y asegúrate de que fluya bien.

TÉCNICAS PARA QUE TU REEL TENGA MÁS ÉXITO

1. Usa formato vertical

Graba el vídeo en sentido vertical para que ocupe toda la pantalla.

2. Añade sonido

Pon música, una voz en off o algún efecto de sonido. Esto hace que el vídeo sea más entretenido y capte mejor la atención.

3. Deja libre la parte inferior

No coloques texto ni logotipos en la parte baja del vídeo. Instagram muestra ahí botones y puede tapar lo que pongas.

4. Hazlo claro y directo

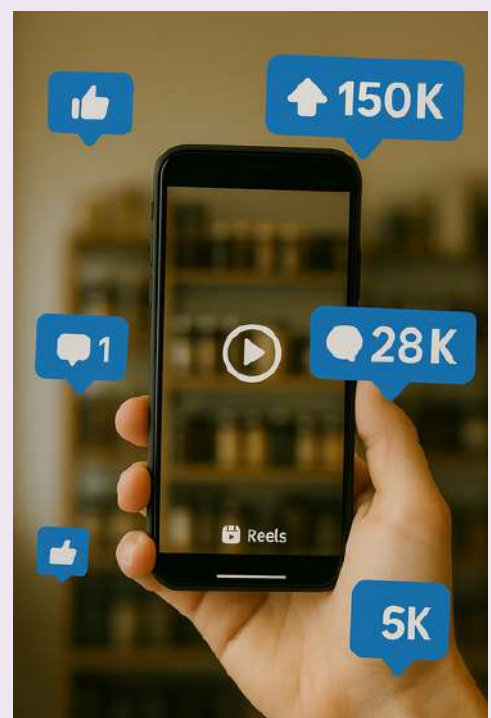
El mensaje debe entenderse desde el primer segundo. La gente no se queda mucho tiempo viendo vídeos, así que ve al grano.

5. Cuenta algo con lo que la gente se identifique

Muestra situaciones reales, personas normales o cosas que cualquiera pueda reconocer o entender.

6. Haz que entretenga o enseñe algo

Los vídeos que mejor funcionan son los que hacen reír, enseñan algo útil o despiertan curiosidad.



5.2. ESTRATEGIAS PARA CREAR VIDEOS VIRALES Y AUMENTAR VISITAS

1- Captura la atención en los primeros segundos

- Utiliza un gancho visual o verbal impactante al inicio del vídeo para evitar q los usuarios se deslicen hacia otro contenido.

2- Crea contenido corto y directo

- Los vídeos de 15 o 30 segundos suelen tener mejor rendimiento, ya que los usuarios tienden a verlos completos.

3- Utiliza música o sonidos en tendencia

- Incorporar audios populares puede aumentar la visibilidad de tus vídeos, ya que tiktok promueve contenido que utiliza estos sonidos.

4- Publica en los horarios de mayor actividad

- Los mejores momentos para publicar suelen ser entre las 18: 00 y las 22 :00 horas, aunque esto puede variar según el perfil de la audiencia.

5- Fomenta la interacción con la audiencia

- Haz una pregunta, invita a comentar o compartir contenido que motive a los usuarios a interactuar. El engagement es clave para el que algoritmo favorezca tu contenido.

6- Usa hashtags estratégicamente

- Combina hashtags generales como #foryou o #viral con otros específicos de tiktok para atraer a una audiencia más segmentada.

7 -Mantén una frecuencia constante de publicación.

- Publicar de 3 a 5 vídeos por semana o incluso más aumenta las posibilidades de que alguno de ellos se vuelva viral.

8 -Crea miniaturas llamativas y descripciones atractivas

- Diseña miniaturas que capten la atención y escribe descripciones que generen curiosidad incentivando a los usuarios a ver el vídeo completo.



5.3. FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO: TIPOS Y CONSEJOS



Consejos:

- Puedes usar una simple cartulina o papel adhesivo de diferentes colores/texturas (mármol, madera, cemento, etc.) pegados en cartón para hacer tus propios fondos.



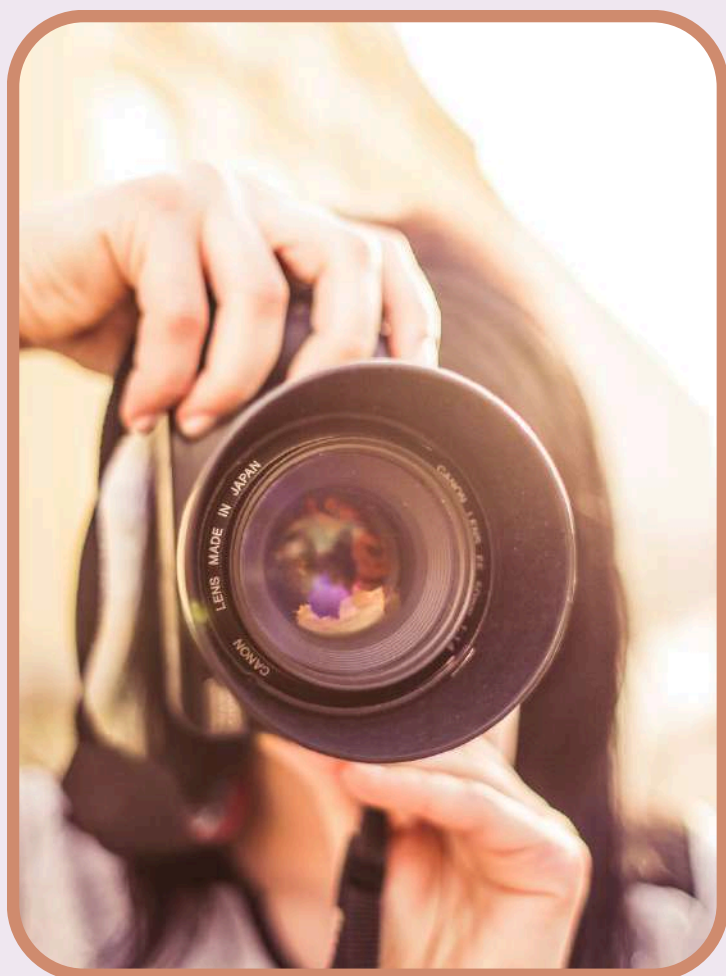
Cursos y tutoriales:

- **Domestika** – Cursos sobre fotografía de producto, fondos creativos y edición básica.
- **Crehana** – Cursos para emprendedores sobre cómo crear contenido visual de calidad.



TIPS DE FOTOGRAFIA DE UN PRODUCTO

- ✓ • Utilizar luz natural suave o iluminación artificial difusa para evitar sombras intensas y resaltar los detalles del producto.
- ✓ • Elegir un fondo neutro y uniforme para destacar el producto. (El color blanco es común, o colores sólidos).
- ✓ • Hacer la foto desde diferentes ángulos para enseñar todos los lados del producto, y resaltar los detalles importantes para que los clientes conozcan bien el artículo antes de comprarlo.



- ✓ • **Tener cuidado con el Flash para evitar que de directamente en el producto y pueda ocultar algunas características importantes del producto.**
- ✓ • **Utilizar un trípode para evitar movimientos que puedan hacer con que la foto salga borrosa y además garantizar que todas las fotos se tomen en el mismo lugar, con el mismo encuadre y ángulo.**
- ✓ • **Editar las fotos es imprescindible, simplemente con modificar un poco el brillo y el contraste en cualquier herramienta ya es suficiente, para ello se puede utilizar PIXLR, Snapseed, VSCO.**
- ✓ • **Mantener el estilo de la foto, que tengan el mismo tamaño, mantener el filtro de color, la forma de mostrar el producto, etc... para inspirar confianza en el consumidor.**
- ✓ • **Hacer las fotos con una cámara adecuada.**
- ✓ • **Considerar la posibilidad de grabar un video ya que el contenido de video es cada vez más popular y ayuda a promocionar mejor tus productos, si lo grabas con camara puedes editar el color del video usando la aplicación “Premiere”, y si lo haces con el movil puedes usar “Lightroom”, “VSCO”, CapCut”, editar el color de los videos marca una gran diferencia.**



- ✓ • Utiliza un maniquí o un modelo.
- ✓ • Prepara la zona para la sesión de fotos.
- ✓ • Para grabar en días oscuros:

1. Usa luz de relleno para equilibrar las sombras (puedes usar la luz led portátil regulable)
2. Usa una luz trasera, puedes usar una lamparita pequeña para separar el fondo del objeto.



5.4. CONSEJOS PARA TU KIT ESENCIAL DE GRABACIÓN

TRÍPODES RECOMENDADOS

AmazonBasics WT3540 - Trípode de 1,52 m:

Una opción económica que soporta hasta 3 kg, con cabezal panorámico de 3 posiciones y nivel de burbuja.

28,91€ AMAZON

NEEWER Trípode de fibra de carbono de 66"/168cm: Ligero y resistente, este trípode es ideal para quienes buscan calidad sin comprometer la portabilidad.

109,99€ AMAZON



TRÍPODES RECOMENDADOS PARA GRABAR EN MOVIMIENTO

Hohem iSteady Mobile Plus 2024: Con una excelente relación calidad-precio, este estabilizador es compatible con la mayoría de smartphones y ofrece múltiples modos de grabación.

83,85€ AMAZON

Zhiyun Smooth Q4 Combo: Incluye una luz integrada y un trípode, ofreciendo versatilidad para diversas situaciones de grabación. Su diseño ergonómico facilita su uso prolongado.

109,25€ AMAZON



LUCES Y CAJAS RECOMENDADAS

YONGNUO YN300 III LED Video Light: Ofrece una temperatura de color de 5500K, ideal para una iluminación natural. Es compacto y portátil, perfecto para estudios pequeños o sesiones en exteriores. 93,00€ AMAZON

GVM 800D RGB Luz de Video con Soporte: Ofrece una amplia gama de colores RGB y efectos especiales, permitiendo una creatividad ilimitada en tus sesiones fotográficas. Incluye soporte y es adecuado para fotografía y videografía.

269,99€ AMAZON



PULUZ Caja de Luz Fotográfica 30x30 cm: Ideal para productos pequeños, ofrece una iluminación uniforme y viene con múltiples fondos para diferentes estilos.

42,99€ AMAZON

PULUZ Caja de Luz Fotográfica 40x40 cm: Proporciona más espacio para productos medianos, con 480 luces LED que aseguran una iluminación brillante y sin sombras.

90,96€ AMAZON



MÓVILES RECOMENDADOS

Xiaomi Poco X6 Pro 5G 8GB 256GB : Económico con buena cámara, ideal para quienes buscan calidad sin gastar mucho.

279,00€ AMAZON

Realme Note 50 4GB/128GB: es una opción económica y competente para fotografía de productos.

110,70€ FNAC



CONSEJOS PARA LUCES Y CAJAS DE LUCES

Tipo de Producto: Para productos pequeños, una caja de luz compacta es suficiente. Para productos más grandes, considera cajas de luz más amplias o paneles LED.

Temperatura de Color: Una temperatura de 5500K simula la luz natural y es ideal para fotografía de productos.

CONSEJOS PARA TRÍPODES

Compatibilidad: Asegúrate de que el estabilizador sea compatible con tu modelo de smartphone.

Portabilidad: Si planeas grabar en exteriores, opta por modelos plegables y ligeros.

Funciones Adicionales: Algunos estabilizadores ofrecen características como seguimiento de objetos, control por gestos o integración con aplicaciones móviles para facilitar la edición.

Autonomía: Considera la duración de la batería, especialmente si planeas grabaciones prolongadas.



CONSEJOS PARA MÓVILES

- **Resolución de la Cámara:** Busca sensores de al menos 50 MP para capturar detalles precisos.
- **Estabilización de Imagen:** La estabilización óptica ayuda a obtener imágenes claras sin desenfoques.
- **Almacenamiento:** Considera modelos con al menos 128 GB para guardar múltiples fotos y videos.

DONDE PUEDES ENCONTRAR IDEAS PARA EL FONDO DE LA FOTO

YouTube: busca *“cómo cambiar fondos en fotografía de producto”* o *“fondos caseros para fotos”*.

Pinterest: genial para ver cómo usan papel, cartulina, telas, azulejos, madera, etc.

Amazon / AliExpress / Shein: venden sets de fondos para fotografía en PVC, tela o vinilo.



5.5. PLANIFICACIÓN DE CONTENIDO

Meta más importante en la creación del contenido

A tener en cuenta 	Trabajaremos en 
Público objetivo	Definir al equipo
Palabras clave	Publicaciones diarias
Estrategia de marketing	Tomar Fotografías
Herramientas de planificación	Copywrite
Control de resultados	Grabación de vídeos
Detectar contenido no efectivo	Material para imprimir

HERRAMIENTAS ÚTILES

6.1. APLICACIONES DE EDICIÓN RECOMENDADAS

The Canva logo is displayed in a stylized, cursive font. It features a color gradient that starts with a light blue on the left and transitions into a darker blue on the right.

¿Que es Canva?

Canva es una plataforma gratuita para diseño gráfico en línea, muy fácil de usar. Sirve para crear todo tipo de diseños: carteles, publicaciones para redes sociales, presentaciones, logotipos, videos, currículums, invitaciones y mucho más.

Está disponible en navegador web, así como en app para iOS y Android.

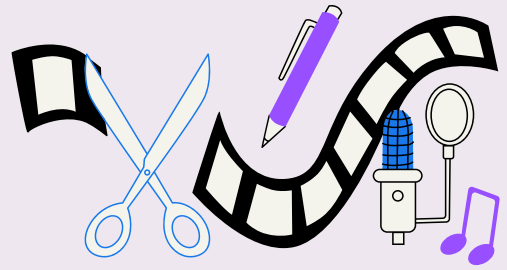
¿Cómo funciona Canva?

1. Abre Canva y busca "Video vertical"

- Escribe "vídeo vertical" o "Reel" en la barra de búsqueda
- Elige una plantilla que te guste

2. Cambia los textos

- Toca el texto
- Escribe lo que tú quieras
- Puedes cambiar el color, la letra y moverlo con el dedo (o el ratón)



3. Pon tus fotos o vídeos

- Toca “Subidas”
- Sube tus fotos o videos desde el móvil o pc
- Arrástralos a la plantilla

4. Pon música (opcional)

- Toca “Audio”
- Elige una canción gratuita
- Se añade sola al video

5. Revisa el formato vertical (9:16)

- Si usaste una plantilla de Reel, ya estará bien
- Si no, ve a “Tamaño” y elige 9:16

6. Descarga tu video

- Toca el botón de flechita para abajo (descargar)
- Elige MP4 Video
- ¡Listo! Ya lo puedes subir como Reel

FILMORA GO

¿Qué es Filmora Go?

Es una aplicación de edición de vídeo móvil, fácil de usar, que permite crear vídeos con efectos, música, texto y transiciones, ideal para redes sociales.

¿Para qué sirve?

- Cortar y unir clips
- Filtros y efectos especiales
- Música y sonidos
- Texto y subtítulos animados
- Transiciones entre escenas
- Exportación en HD (con marca de agua en versión gratis)

¿Cómo funciona?

- Descargas la app y creas un nuevo proyecto.
- Importas fotos o videos desde tu galería.
- Usas las herramientas de edición: cortar, unir, agregar música, texto y efectos.
- Exportas el video y puedes subirlo a redes sociales.



CapCut



¿Qué es Capcut?

CapCut es una aplicación de edición de vídeo diseñada para crear clips cortos de forma sencilla. Fue desarrollada por ByteDance, la misma empresa china que creó TikTok. Lanzada en China en 2019 (con el nombre JianYing) y en 2020 a nivel internacional como CapCut (antes llamada ViaMaker), se ha convertido en una herramienta muy popular para editar vídeos en móviles y computadoras.

¿Cómo funciona?

1. Abre CapCut y toca “Nuevo proyecto”

- Elige el video que quieres usar
- Toca el botón “Añadir”

2. Corta lo que no quieras

- Toca el video abajo
- Toca “Dividir” para partir
- Borra lo que no quieras con el icono de papelera

3. Pon música (opcional)

- Toca “Audio”
- Luego “Sonidos”
- Elige una canción y toca ✓

4. Escribe texto (opcional)

- Toca “Texto”
- Luego “Añadir texto”
- Escribe lo que quieras y toca ✓

5. Haz que el video sea vertical

- Toca “Formato”
- Elige 9:16

6. Guarda el video

- Toca la flechita arriba a la derecha
- ¡Listo! El video se guarda en tu galería.



INSHOT



¿QUÉ ES INSHOT?

Es una aplicación gratuita de edición de video y fotos para dispositivos móviles (Android y iOS). Es muy popular por su facilidad de uso y por ser ideal para crear contenido para redes sociales como Tik Tok, Instagram o YouTube

¿PARA QUÉ SIRVE?

- Recortar, cortar, dividir, y unir clips
- Velocidad/Slo-mo
- Transiciones
- Filtros, efectos, animaciones
- Música, efectos y voz en off
- Texto y stickers

¿COMO FUNCIONA?

- Ve a la Play Store (Android) o App Store (iOS).
- Busca InShot y descárgala.
- Ábrela y elige entre las tres opciones principales:
- Vídeo
- Foto
- Collage
- Una vez elegido puedes empezar a editar





WHATSAPP BUSINESS

También puedes contestar utilizando whatsapp business para mantener la cercanía, si manejas redes sociales (Instagram, Facebook), puedes poner un botón directo de WhatsApp Business para que te contacten fácilmente. Eso aumenta mucho los mensajes y las ventas.

¿Qué es whatsapp business?

- WhatsApp Business es una aplicación gratuita creada por WhatsApp, pensada especialmente para que emprendedores, marcas y negocios pequeños puedan comunicarse con sus clientes de forma profesional, rápida y organizada.

Te permite tener:

- Un perfil comercial (con nombre, horarios, web, redes, etc.)
- Respuestas automáticas
- Un catálogo de productos/servicios
- Etiquetas para organizar chats
- Estadísticas de mensajes enviados, entregados y leídos





¿Cómo lo instalo y lo configuro?

- Descarga la App
- Registra tu número
- Configura tu perfil comercial
- Explora las funciones clave como:

Mensajes automáticos :

- “Bienvenida” (cuando alguien te escribe por primera vez)
- “Ausencia ” (cuando estás fuera del horario)
- Respuestas rápidas (por ejemplo: precios, envíos, métodos de pago)

Etiquetas :

Puedes etiquetar chats según el estado: "Nuevo cliente", "Pago pendiente", "Pedido enviado", etc.

Catálogo:

Puedes subir productos o servicios con imágenes, precios, descripción y links de compra.

TUTORIAL RÁPIDO DE WHATSAPP BUSINESS



GESTIÓN DE LA COMUNIDAD Y RELACIONES DIGITALES

7.1. TIPS PARA RESPONDER MENSAJES CON CERCANÍA

- **Hablar como persona y no como marca**

-Usa un tono natural y cálido y evita respuestas demasiado formales.

Ejemplo:

-En vez de: *"Gracias por tu mensaje."*

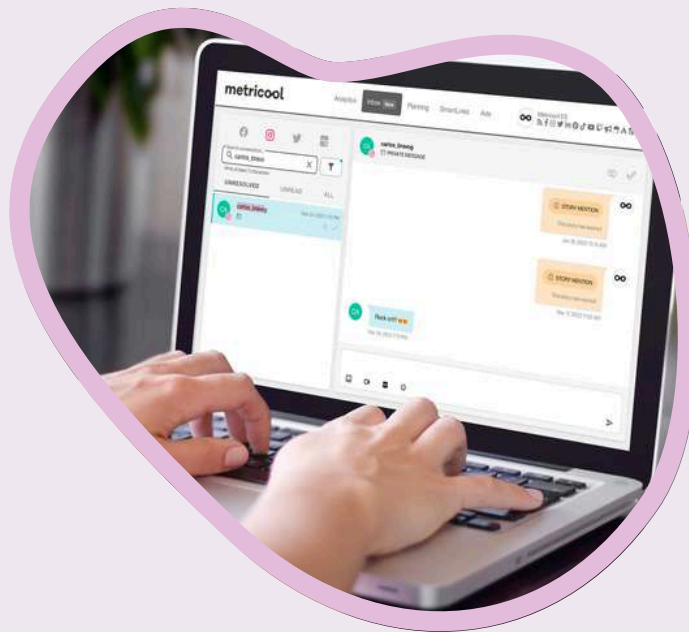
-Di : *"¡Gracias por escribirnos! Nos alegra leerte"*

- **Proporcionar respuestas con rapidez**

-Como empresa, es importante mostrar a tus clientes que valoras su tiempo a través de tiempos de respuesta breves.

- **No participar en conversaciones innecesarias**

-Si bien debes responder los mensajes con rapidez y estar presente para tus clientes, en ocasiones, recibirás mensajes que están hechos para ocasionar el caos, cuando eso pasa, es mejor ignorar el mensaje e invertir tu tiempo en aquellos clientes que sí te necesitan.



- **Pensar bien antes de responder**

-Aunque los clientes esperan que sus necesidades se solucionen rápidamente, no es aconsejable responder de forma impulsiva, con cada nuevo mensaje del cliente, tómate unos segundos para entender lo que te dice y qué es lo que realmente espera del servicio.

- **Mostrar empatía y entusiasmo**

-Haz sentir a la persona escuchada y valorada.

Ejemplo:

"¡Uf, sí que te entendemos! A todos nos pasa a veces "

"¡Nos encanta saber que te inspiró! "

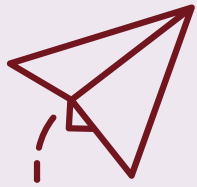
- **Usar emojis pero con moderación**

-Ayudan a transmitir emoción y cercanía.

Ejemplo:

"¡Qué emoción leer esto! 🥰 Mil gracias por compartirlo ✨"





- **Responder como si estuvieras hablando con un amigo**

-Agrega detalles a la conversación para hacerla más humana.

- **Hacer preguntas abiertas**

-Mantén viva la conversación e invita a seguir comentando.

Ejemplo:

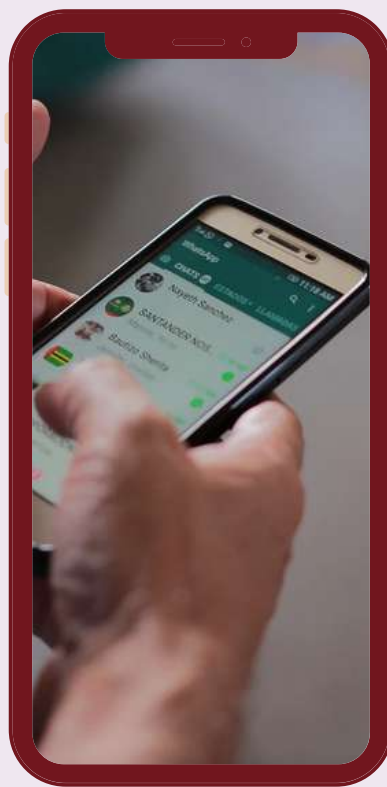
"¡Qué bueno que te gustó! ¿Cuál fue tu parte favorita?"

- **Agradecer y retribuir**

-Si alguien te comenta algo bonito, dale feedback

Ejemplo:

"Gracias por tu comentario tan lindo. ¡Nos alegraste el día! "



7.2. ¿CÓMO ACTUAR FRENTE A LOS HATERS?



¿QUE SON LOS HATERS?

Son personas que utilizan internet y las redes sociales para atacar, burlarse o tratar de generar un impacto negativo en la persona que eligen como víctima. Estos comentarios hirientes y negativos pueden hacerse en persona, en Internet, por medio mensajes de texto y aplicaciones.



Entiende que si tienes haters es porque estás haciendo las cosas bien, los haters suelen aparecer cuando una marca personal o corporativa ha alcanzado cierto nivel de éxito. Si no has conseguido nada, lo más probable es que nadie te preste la suficiente atención como para hacer comentarios negativos contra ti y querer desacreditar tu imagen.

¿CÓMO ACTUAR FRENTE A ELLOS?

- ***Utiliza las críticas de tus haters para evaluarte a ti mismo***

Hay circunstancias en las que tus haters pueden estar haciendo críticas válidas a determinadas acciones de las que no has sido consciente, por lo que es importante escuchar lo que dicen de ti o de tu marca.

- ***Intenta actuar con tolerancia***

A la hora de lidiar con los haters, la tolerancia es un valor que puedes aplicar incluso a las personas o grupos que intentan dejar en mal lugar a tu marca. La mejor forma de vencer a tus detractores es analizar las razones de sus acciones. Hazlo y aplica la empatía, evitando caer en discusiones o actitudes violentas con estas personas.



LAS REDES SOCIALES Y SU IMPACTO LOCAL

8.1. COMO LAS REDES SOCIALES PUEDEN AYUDAR AL COMERCIO LOCAL

01

Mayor visibilidad

Las RRSS permiten que los comercios locales lleguen a más personas en su comunidad y más allá. Una buena estrategia en Instagram, Facebook o TikTok puede poner tu negocio frente a cientos o miles de personas sin necesidad de grandes inversiones publicitarias.

02

Relación cercana con los clientes

Los comercios locales pueden interactuar directamente con sus clientes: responder consultas, recibir opiniones, hacer encuestas, etc. Esto genera confianza y fidelidad.

03

Publicidad segmentada y económica

Plataformas como Facebook Ads o Instagram permiten hacer campañas dirigidas solo a personas de una zona geográfica específica, lo cual es perfecto para negocios locales. Además, se pueden ajustar a casi cualquier presupuesto.

04

Promociones y lanzamientos

Es ideal para comunicar ofertas, nuevos productos, cambios de horario o eventos. Las publicaciones y las historias generan urgencia y participación si se usan bien.

05

Contenido de valor y recomendaciones

Los negocios pueden compartir consejos, mostrar el detrás de escena, enseñar cómo se hacen sus productos o servicios. Eso genera una conexión más auténtica y puede hacer que los clientes recomienden el comercio en sus propias redes.

06

Colaboraciones locales

Puedes aliarte con otros negocios o creadores de contenido locales para hacer promociones cruzadas y así ganar nuevos seguidores y clientes.

07

Impulso al “boca a boca digital”

Un cliente satisfecho puede etiquetar al negocio o compartir una reseña positiva, lo que puede traer nuevos clientes. Las RRSS amplifican ese tipo de recomendaciones.

08

Eventos y sorteos

Hacer sorteos entre seguidores (por ejemplo, "etiqueta a un amigo y gana un producto") ayuda a ganar visibilidad. Además, los eventos locales anunciados por redes (lanzamientos, degustaciones, talleres) pueden atraer visitas físicas al local.

09

Catálogo en redes sociales

Plataformas como Instagram y Facebook permiten crear tiendas virtuales donde los clientes pueden ver productos, precios y hasta comprarlos directamente o hacer pedidos por mensaje.

CASOS LOCALES DE REFERENCIA

9.1. NUESTROS INSTAGRAMERS Y TICK TOKERS



AMPARO GÓMEZ



Amparo Gómez, gestiona personalmente sus redes sociales, enfocándose principalmente en Instagram y TikTok. No sigue una planificación estricta, sino que publica de manera espontánea, según lo que le va surgiendo en el día a día. Aun así, intenta estar presente y mantener sus redes activas en la medida de lo posible.

Le funcionan bien distintos tipos de contenido: desde fotos y reels hasta historias y promociones. A la hora de inspirarse, suele apoyarse en herramientas de inteligencia artificial, que le dan ideas frescas y creativas. Siempre pone el foco en responder con rapidez y atención los mensajes y comentarios de sus clientes.

Para ella, la cercanía y el buen trato son clave.

Si tuviera que darle un consejo a otros pequeños negocios que aún no se animan a usar redes sociales, les diría que lo intenten, porque pueden ser una gran ayuda para atraer nuevos clientes y ganar visibilidad. Además, menciona que le inspiran mucho las marcas con las que trabaja, como Kérastase y GHD.

RABITAS



Raquel es la propietaria de un comercio local y ha encontrado en las redes sociales, especialmente en Instagram y TikTok, una herramienta clave para conectar con su comunidad y mostrar el día a día de su tienda. Ella misma se encarga de gestionar sus perfiles, planificando contenido cada 15 días, sobre todo cuando llega nuevo producto, y siempre manteniendo un tono natural y cercano.

Entre los formatos que mejor le funcionan destacan las historias de Instagram, por su capacidad de generar un contacto directo y auténtico. Aunque se inspira en tendencias y otras cuentas, siempre adapta las ideas a su estilo. Para ella, lo que hace único su negocio es que no hay otro igual en la zona, y su manera de comunicarse con transparencia y cercanía refuerza esa conexión especial con su audiencia.

Su consejo para otros pequeños negocios es claro: “Más vale hecho que perfecto”. Cree que lo importante es empezar, aunque no sea todo ideal desde el principio. Así, ha conseguido que sus redes reflejen la esencia de su proyecto: auténtico, próximo y con personalidad.

LA MÁS BONITA



Andrea utiliza principalmente Instagram y Facebook para promocionar su tienda y mantener una comunicación cercana con sus clientas. Ella misma gestiona todo: desde la planificación del contenido hasta la creación de fotos, vídeos y la atención a mensajes. Su organización semanal incluye recibir mercancía los lunes, hacer fotos los martes y grabar vídeos los viernes, lo que le permite mantener una presencia constante en redes.

Los formatos que mejor le funcionan son los reels, por mostrar las prendas en movimiento, y las historias, ideales para compartir novedades y promociones.

Se inspira en tendencias, otras tiendas y los gustos de su clientela, pero siempre adaptándolo a su estilo.

Lo que diferencia su negocio es el trato personal y honesto que ofrece, ayudando a cada clienta a encontrar lo que mejor le sienta.

Anima a otros comercios a lanzarse a las redes sociales, aunque no se tenga experiencia al principio, destacando su valor para conectar con más personas.

CANDELA ROSA



Lourdes es la creadora de Candela Rosa, un negocio de velas artesanas, naturales y veganas que ha crecido gracias a las redes sociales. Sin tienda física, usa Instagram, Facebook, TikTok, Pinterest y Threads como escaparate.

Ella misma gestiona todas sus redes, manteniendo una estética coherente y cuidada. Publica 2 o 3 veces por semana, sobre todo carruseles y reels, que son los que más engagement generan. Suele programar sus publicaciones y prefiere subir contenido por la mañana, después de comer o a las 9 de la noche.

Se inspira grabando el proceso de creación de sus velas y buscando ideas en Pinterest, siempre adaptándolas a su estilo. Lourdes responde todos los comentarios con respeto y cree en la importancia de conectar con su comunidad.

Su consejo: hoy en día casi nadie compra paseando, todo pasa por internet. Si cuidas tus redes, tienes muchas más posibilidades de vender.